

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Ensayo:

*¿GOBIERNO ABIERTO?
ALCALDES Y FACEBOOK EN EL
ESTADO DE MÉXICO*

Quien para obtener el título de
Licenciado en Ciencias Políticas y Administración Pública
Presenta:

Jonathan Sánchez Vargas

Director:
Dr. Javier Arzuaga Magnoni

Toluca, México., a enero de 2017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
DEMOCRACIA COMPETITIVA Y DEMOCRACIA ABIERTA.....	7
GOBIERNO ABIERTO	19
METODOLOGÍA	30
COMPROMISO POLÍTICO 2.0.....	32
EVIDENCIA Y RESULTADOS.....	34
PUBLICACIONES Y MUROS ABIERTOS.....	34
PERMEABILIDAD DE CONTENIDO	35
ACTIVIDAD EN EL MURO	36
TIPOS DE CONTENIDO.....	38
FRECUENCIA DE PUBLICACIONES	40
<i>Regla 25-55</i>	<i>42</i>
INTERACCIÓN	44
<i>Configuraciones causales</i>	<i>44</i>
CALIDAD DE LA INTERACCIÓN, ESTÍMULOS Y OPEN PROCESS	47
<i>Ecatepec: Indalecio Ríos.....</i>	<i>48</i>
<i>Nezahualcóyotl: Juan Hugo de la Rosa</i>	<i>50</i>
CONCLUSIONES.....	56

INTRODUCCIÓN

El presente ensayo, tiene como objetivo analizar la relación que existe entre el gobierno abierto y la red social Facebook; y cómo los gobernautas¹ en este caso, los alcaldes de los 5 principales municipios del Estado de México por volumen poblacional (Toluca, Nezahualcoyotl, Naucalpan, Ecatepec y Chimalhuacan) hacen uso de esta plataforma para incrementar la participación ciudadana, la colaboración y la transparencia. La metodología empleada es mixta, por una parte, se utilizan técnicas cuantitativas de Big Data², para la recopilación de 5,143 mil publicaciones de los alcaldes mencionados que postearon en Facebook entre el 1 de enero al 31 de diciembre de 2015. Adicionalmente, a las publicaciones de Facebook seleccionadas se le aplicaron técnicas de estadística descriptiva. Respecto de las técnicas cualitativas, se emplearon: el análisis documental y el análisis cualitativo comparado, aplicado tanto a los mensajes como a los conceptos incluidos en el presente documento, todo ello con la finalidad de identificar qué tipo de interacción utilizan los alcaldes seleccionados y si a través de sus cuentas fomentan los principios del gobierno abierto, o solo usan este medio social como una plataforma de difusión de sus logros; o como espacios de difusión de actividades del propio ayuntamiento.

Desde una perspectiva teórica, el ensayo comienza diferenciando a la democracia competitiva de la democracia abierta, la primera de ellas como método de elección y decisión, pero también como régimen político. Como afirmación adicional y en correspondencia al nivel de aceptación que el actual régimen democrático tiene, se puede afirmar que: la democracia competitiva se ha visto rebasada en muchos aspectos por la demanda de participación en espacios no electorales, resultado de una ciudadanía más interesada, más participativa y más informada. Asimismo, y como producto

¹ Gobernauta: “Aquellos (gobernantes) cuyos talentos sirven de puente entre las tecnologías de la información, los datos y los ciudadanos [...] y promueven una participación activa de sus administraciones en redes sociales, son generadores de datos desde la oferta de sus gobiernos y comienzan a ver la relevancia de una escucha más activa de lo que los ciudadanos tienen para decir en la construcción de nuevas formas de gobernar” (Valenti, Lopez-Ghio, Riorda, & Straface, 2015).

² De acuerdo con Mario Toscón (2013), el Big Data: “está emparentado con lo que se ha conocido como minería de datos, un campo de las Ciencias de la Computación que intenta descubrir patrones en grandes volúmenes de datos. La minería de datos (parte de BI), al igual que el *Big Data*, utiliza los métodos de la Inteligencia Artificial (IA) y la Estadística para analizar los patrones en las bases de datos con las que trabaja.” (48)

de la evolución tecnológica, día con día los cibernautas socializan los temas políticos en las nuevas ágoras y foros públicos: los medios sociales. En estos nuevos espacios, los cibernautas son receptores de conceptos, ideas y objetos políticos lanzados por los gobernautas; y son estos cibernautas quienes a partir de la cultura política que poseen, interpretan dichas publicaciones e interaccionan en diferentes sentidos su actuar o respuesta. Esto trae consigo, que para una parte de la ciudadanía la discusión de los temas públicos se desarrolle en el ciberespacio, y que los actores políticos hagan uso de metodologías (como el marketing digital) para tener una mayor permeabilidad³ del contenido y mejorar la interacción con los usuarios, para finalmente, legitimar su posición en el poder.

En la segunda sección, se analizan las bases teóricas del gobierno abierto como la materialización de la democracia abierta, esta última definición, la de democracia abierta, es una propuesta conceptual del presente ensayo. El gobierno abierto pone énfasis en el saber, participar y colaborar. Es decir, transparentar la información para que el ciudadano pueda participar, colaborar y en conjunto con el gobierno coproducir valor público⁴, dicho de otra manera, el gobierno con la publicación transparente de su información, en conjunto con una ciudadanía participativa y colaborativa, pueden crear en conjunto programas, proyectos públicos; con la asignación de presupuestos más enfocados a satisfacer las necesidades de la sociedad, no solo fundadas estas decisiones en la voluntad del gobernante, su cabildo o su equipo de trabajo, sino tomando siempre en cuenta al gobernado.

La democracia abierta, ya no pone el énfasis en el proceso electoral, ni al nivel de competencia como fundamento principal de la legitimidad; sino que apuesta a la creación progresiva de la legitimidad durante el periodo de gobierno. En esa tesitura, se presentan a los medios sociales como una de las herramientas más efectivas tanto para comunicar como para fortalecer el proceso abierto (*open process*), que pertenece a uno de los componentes del gobierno abierto, y que, a

³ Se entiende por permeabilidad a la propiedad que tienen ciertos mensajes o palabras de ser recordadas por el receptor

⁴ De acuerdo con Mark H. Moore (1995), el valor público emerge de la actividad de los directivos públicos cuando se integra: 1. La reflexión sustantiva sobre lo que es valioso y eficaz; 2. Cuenta con un diagnóstico de las expectativas políticas; y 3. Realiza un análisis detallado de lo que es viable operativamente

través de estos medios virtuales, se brinda una plataforma de fácil acceso y uso por parte de la ciudadanía.

En la tercera y cuarta sección, se establece una serie de indicadores que permiten al lector identificar cuáles son los marcos normativos o tipos ideales base de comparación en cuanto a la interacción en Facebook. Se establecen, siguiendo a Refiner29⁵, cuáles son las pautas e indicadores para mejorar la comunicación, interacción y permeabilidad de los contenidos en Facebook.

Por lo anterior y a partir de dicho modelo empírico, y de la recopilación de evidencia, se compara la actividad que tuvieron los alcaldes antes mencionados en sus respectivos muros de Facebook, para, con dicha comparación, tratar de explicar el alcance de éstos en las tareas del *open process*.

Finalmente, el ensayo ofrece al lector una presentación de las principales publicaciones hechas por los alcaldes (gobernautas). Dichas publicaciones son medidas en su nivel de impacto basados en el número de *likes* o “me gusta” que obtuvieron. Se analiza, asimismo, si éstas son producto del *open process*, o más bien una expresión lúdica de los gobernautas. En ese mismo sentido, se analizan los principales comentarios que el público realiza sobre dichos mensajes, para conocer cuál es el tipo de respuesta de los cibernautas ante la comunicación que emplean los gobernautas en esta red social.

⁵ Blog científico especializado en análisis de medios sociales, Refiner29. [offline] en: <http://intelligence.r29.com/> [Accesado el 24 de mayo 2016].

DEMOCRACIA COMPETITIVA Y DEMOCRACIA ABIERTA

Carlota Pérez (1992), reconoce al cambio tecnológico como la variable explicativa del cambio social e institucional. La tecnología determina la forma con la cual nos organizamos y autorregulamos nuestra interacción. El mejoramiento de las tecnologías existentes y la aparición de nuevas tecnologías, han estado impactando en la forma en que nos comunicamos y organizamos como sociedad. En el plano institucional, el cambio tecnológico ha obligado al Estado a crear normatividad respecto de aquellos nuevos espacios que antes no existían y a adoptar estas tecnologías para eficientar, transparentar, agilizar y ampliar su funcionamiento.

El cambio tecnológico, además, modifica el sistema ideológico y las configuraciones axiológicas⁶ que dan forma a la sociedad, crea filosofías de vida que sostienen los nuevos marcos normativos y morales (Bodei, 2004). Por lo anterior, el concepto de democracia y muchos otros asociados al régimen político, evolucionan para tratar de incorporar estos cambios. Así, el concepto de democracia competitiva da pauta a un nuevo modelo de democracia abierta. La estructura axiológica se reconfigura, sin perder el núcleo explicativo y diferenciado que compone a la idea política. En otras palabras, al satisfacer las condiciones mínimas constitutivas del concepto, se priorizan e incorporan otros axiomas para explicar las nuevas formas de organización socio-política. De esta manera, es como históricamente se ha observado la evolución de las ideas. Para el caso del tránsito de la democracia, esta migra de una democracia formal a una democracia de calidad (Morlino, 2005), y de una democracia competitiva, a una democracia abierta.

Esta evolución conceptual propuesta en el presente ensayo, se justifica en la presente metodología:

1) Porque busca la diferenciación de otras definiciones de democracia, ya anteriormente aprobadas por la comunidad científica; 2) Así como el régimen o sistema político converge con las culturas políticas, de acuerdo con algunas propuestas de Almond y Verba, el concepto de democracia abierta, busca una correspondencia entre las formas de participación en el ciberespacio, con la

6 Por configuración axiológica entiendo, al conjunto de categorías conceptuales y valores ordenados racionalmente de mayor a menor importancia por medio de un método analítico-lógico. Esta propuesta metodológica es visible en Berlin (1983).

configuración axiológica o formal de una nueva idea de democracia; 3) Proponer a la comunidad científica un conjunto de categorías conceptuales para el entendimiento de las nuevas formas de participación política en el marco de una democracia más incluyente y amplia.

Continuando con la evolución conceptual sobre la idea de la democracia, ésta también se ve afectada por su nivel de consolidación (Linz, 2009) y calidad (Morlino, 2005). Por ello, y para poder explicar la propuesta de la democracia abierta, es necesario identificar que el concepto de democracia se mueve en dos tableros:

- a) la democracia como método, y
- b) como un régimen de gobierno.

Dicho de otra manera, el tablero conceptual constituyente, es decir, la democracia como método; y la orientación conceptual derivada: la democracia como régimen y sus categorías teóricas, son comprendidos de manera diferenciada pero no de forma excluyente. La primera es la orientación valorativa y mínima que un régimen de gobierno aspira a cumplir.

De manera lógica, el primer tablero conceptual es la democracia como método. Esta categoría constituye la base y el núcleo de todos los modelos democráticos formalmente aceptados y empíricamente comprobables. Es el elemento *sine qua non* de la idea democracia. En este primer tablero, se norma el techo bajo el cual se toman las decisiones y se hacen elecciones. Sus elementos insolutos son: 1) la regla de la mayoría, y 2) la igualdad política.

Formalmente, este método ayuda a los actores políticos y sociales a solucionar sus conflictos de manera pacífica. Aquí es necesario resaltar: en otros modelos de decisión y elección no democráticos, la acción política está determinada por una imposición de códigos de conducta por medio de la fuerza o la intimidación. En un modelo autoritario, la definición de las normas se da de forma vertical e invariablemente implica la no supervivencia de la oposición, o de quienes, siguiendo este argumento, disiden de la opinión del grupo dominante. Disentir en un régimen no democrático puede cobrar la vida o libertad.

Cuando los métodos de decisión se resuelven de manera pacífica, se empieza a transitar de un modelo no democrático a uno democrático. No obstante, las decisiones y elecciones para que

adquieran una cualidad más democrática, deben incorporar principios de mayoría, es decir, ganará la propuesta o mensaje que mayoritariamente tenga más aprobación: 50 por ciento más 1.

Aunque existan las condiciones de paz en elecciones y decisiones, en conjunto con la aprobación mayoritaria de los miembros; aun así, no podemos hablar de un método democrático. Si bien una decisión y elección es más democrática cuando incorporan sus actores estos dos principios (resolución pacífica y reglas mayoritarias), aún falta un componente incluyente para que se pueda considerar una decisión o método democrático: la igualdad política.

Axiológicamente, la igualdad política busca eliminar las diferencias biológicas y socioeconómicas y dotar por igual a los individuos de voz y voto en los procesos de decisión y elección. La igualdad política se ejemplifica en el sufragio universal, el cual busca incorporar al mayor número de personas en dichos procesos. Una persona un voto, afirman. Dicho de otra manera: para que la regla de la mayoría, basada en el 50 por ciento más 1 sea una decisión democrática, esta a su vez debe incorporar a la mayor cantidad de individuos; y por ningún motivo permitir que las determinaciones o los productos de las decisiones y elecciones, se haga por medio de una persona o grupo minoritario; o un grupo mayoritario que lo haga en detrimento de los derechos de las minorías.

Por su parte, cuando hablamos de la democracia como régimen, nos referimos a la institucionalización de la democracia como método. Es decir, a la institucionalización⁷ y aceptación formal dentro de la constitución de las naciones, o el reconocimiento por medio de leyes, del método democrático como fórmula por excelencia para la toma de decisiones colectivas. Esta categoría va más allá de los principios de elección y decisión en un contexto de inclusión y de paz. Pues establece las características legales de acceso y permanencia de los actores que desean detentar el poder público (O'Donnell, 2013).

Aquí la progresión del concepto se va dando de forma natural. Los individuos que luchan por el poder público, van incorporando el método democrático a más espacios de toma de decisiones y

⁷ Por institucionalización se entiende la aceptación formal o informal, escrita o no escrita, de las normas que, en este caso, determinan el acceso y permanencia de los actores políticos en el poder público.

elecciones. Pasan de decidir y elegir como un método de elección, hasta constituirlo en un tipo de régimen político (Bobbio, 2001).

Un régimen democrático nunca podrá ser iliberal, ni excluyente, políticamente hablando. Las condiciones necesarias para que el régimen democrático florezcan, requieren el reconocimiento de un conjunto de libertades mínimas: tránsito, pensamiento, expresión, asociación. (Bobbio, 1989). Por ello, las decisiones de las mayorías no pueden atentar contra los derechos de los gobernados, ni puede establecer políticas de exclusión que marginen o priven de sus derechos a una parte de la población. Así mismo, la democracia como régimen otorga al *demos* adulto, sin importar las diferencias socioeconómicas, la potestad de elegir; mientras a los representantes de estos, la capacidad de decidir; todo esto en un contexto de respeto de las libertades y del estado de derecho; sobre todo de las minorías (Sartori, 2007).

Una vez identificadas las diferencias entre el método democrático y la democracia como régimen, se procede a explicar las diferencias entre un régimen democrático competitivo, y un régimen democrático abierto.

El régimen democrático competitivo, tiene como ejes constitutivos, a la democracia mínima y a la democracia liberal. Estos antecedentes son elementos necesarios para que florezca la democracia abierta. La democracia mínima, es entendida como el conjunto de reglas procedimentales para la toma de decisiones colectivas (Bobbio, 2001; Sartori, 2007). Esta definición, reconoce como elementos constituyentes del régimen democrático: a) un conjunto de libertades civiles y el establecimiento de un estado de derecho; b) la competencia política, es decir, la existencia de más de un partido compitiendo por acceder al poder público; c) pluralidad en los medios de comunicación e información; y d) el sufragio universal para el *demos* adulto (Morlino, 2005). Sin embargo, como afirma Przeworski (2010), con la existencia de la competencia política, se da por satisfecha las otras condiciones mínimas de la democracia competitiva propuestas por Morlino⁸. Es decir, el elemento que aglutina o consolida las condiciones mínimas de la democracia, se puede reducir a la competencia política.

⁸ Nuevamente: sufragio universal, masculino y femenino; elecciones libres, competitivas, recurrentes y correctas; más de un partido; y múltiples fuentes de información

Dentro de este tipo de régimen, los actores deben apegarse a un sistema electoral, que norma su acceso al poder público; mientras que el estado de derecho regula su permanencia por medio de leyes, división de poderes, independencia de un poder judicial de las funciones legislativas y ejecutivas y, sobre todo: el reconocimiento de un conjunto de garantías individuales que son irrenunciables.

Independientemente de las formas de organización de la sociedad civil, el modelo competitivo responde únicamente a las formas de la competencia electoral. Fija a través de un calendario, así como dentro del periodo de gobierno, un conjunto de acciones racionales para la conquista y mantenimiento del poder público. Como se puede observar en el cuadro 1, el modelo de democracia competitiva se da por satisfecho cuando existe una competencia racional institucionalizada, en armonía con el sistema electoral y la vigencia del estado de derecho. En otras palabras, la democracia competitiva existe cuando: a) los actores conquistan el poder público con base a las normas establecidas en el sistema electoral; b) la permanencia de los actores está en función de la observación del estado de derecho; y c) cuando los actores orientan sus actuar en una competencia racional institucionalizada, basada en la ampliación de su fuerza electoral en contextos de información perfecta o imperfecta.

Cuadro 1. Premisas de la competencia racional institucionalizada

A.	Las acciones de gobierno son una función de la forma en que se espera que voten los ciudadanos y de las estrategias de sus oposiciones.
B.	El gobierno confía en que los ciudadanos voten de acuerdo con: a. las variaciones que la actividad gubernamental provoque en su utilidad o renta, y b. las estrategias de los partidos de oposición.
C.	Los ciudadanos votan de acuerdo con: a. las variaciones que cause la actividad gubernamental en su utilidad o renta, y b. las alternativas ofrecidas por la oposición.
D.	La utilidad o renta que los votantes reciben de la actividad gubernamental depende de las acciones tomadas por el gobierno durante su mandato.
E.	Las estrategias de los partidos de la oposición dependen de su punto de vista sobre la utilidad o renta que los votantes obtienen de la actividad gubernamental y de las acciones realizadas por el partido en el poder.

Fuente: elaboración propia a partir de Downs (2001, p. 97)

Si bien, estas condiciones podrían resultar al lector algo obvias, dentro del régimen democrático competitivo, aún existen ejemplos empíricos donde la satisfacción de dicho modelo es

controvertida. Este largo camino de democratizar la competencia, es la piedra angular de muchos regímenes en el mundo.

En resumen, la democracia como método, supone un procedimiento para decidir y elegir, a partir de la regla de la mayoría, en un contexto de paz e inclusión. Mientras que la democracia como régimen, se basa en la competencia política de dos o más actores o partidos, en un esquema de libertades civiles y vigencia del estado de derecho.

En el *continuum* de evolución tecnológica, la aparición de nuevos espacios de interacción social posibilita, a los individuos dotados de autodeterminación, modificar o adaptar los espacios en los que interactúan como una extensión del espacio público. Al respecto el filósofo italiano, Remo Bodei (2014), sostiene:

Al permitir que el mundo irrumpa en las casas, el teléfono, la televisión y los ordenadores han creado una interfaz: como en la banda de Möbius de la topología, la dimensión pública y la privada, antes rígidamente separadas, se intercambian, se tornan virtualmente indistinguibles.

Así, espacios como la web 2.0, de la cual hablaremos más adelante, se transforman en lugares de deliberación pública, donde se articula la discusión social del momento, es decir, es la nueva esfera pública. Estos nuevos espacios, a diferencia del ágora tradicional o de otros tipos de medios de comunicación, están regulados únicamente por sistemas morales, donde los individuos libres pueden asociarse para construir o no valor público⁹. Dicho en otras palabras, la tecnología determina la arquitectura informática donde los medios se instalan, más los mensajes o, en su caso, la calidad de la participación en la esfera pública, depende de la cultura política y más aún del compromiso ciudadano, entendido este último como:

Civic engagement means working to make a difference in the civic life of our communities and developing the combination of knowledge, skills, values and motivation to make that difference. It means promoting the quality of life in a community, through both political

⁹ La propuesta de Valor Público, fue introducida por Mark H. Moore. El valor público, refiere al conjunto de mejoramientos del status quo que el Estado genera por medio de servicios, leyes y otras regulaciones. Se trata del hacer del gobierno y hacerlo bien.

and non-political processes (Ehrlich, 2000, p. 6). [El compromiso cívico, significa trabajar para hacer una diferencia en la vida cívica de nuestras comunidades y desarrollar la combinación de conocimiento, habilidades, valores y motivación para hacer esa diferencia. Significa promover la calidad de vida en una comunidad, tanto a través de procesos políticos como no políticos.]

Ante dicho avance sociotecnológico, los individuos dotados de agencia o autodeterminación, buscan por medio de espacios más económicos y accesibles, información sobre los servicios de los gobiernos, la interacción con sus gobernantes y, sobre todo, la participación en los diferentes procesos los gobiernos. Dicha nueva forma de participación política, se manifiesta en comentarios en los muros de Facebook, reacciones como “me gusta”, “me enoja”, “me entristece”, “me encanta” y “me divierte”. Este tipo de reacciones, que además tienen cierta similitud con las principales emociones humanas, permiten la evaluación de las piezas comunicativas de las y los gobernantes. El número de seguidores o “me gusta” a las páginas de Facebook de los gobiernos, indican el grado de empatía que los *community manager* o en su caso, los gobernantas tratan de sostener con sus gobernados.

Por lo anterior, y ante dicha incursión informática, la proposición originaria del modelo de democracia abierta se sostiene a partir de las modificaciones de los patrones culturales, principalmente a los asociados a la cultura política como resultado de la revolución tecnológica. Con la evolución y revolución tecnológicas, no sólo se modifican las formas en las que se comunican, organizan e interactúan los individuos; sino también sus patrones de consumo y los valores y cosmovisiones que dan forma a la sociedad. En esa línea, la cultura entendida como el conjunto de “símbolos, normas, creencias, ideales, costumbres, mitos y rituales que toda sociedad construye para representarse al mundo y explicarlo” (Serrano, Tovar, & Moreira, 2015, p. 260); también se ve afectada por el cambio tecnológico.

Ante dicha reestructuración valorativa, producto del cambio tecnológico, es como aparece la democracia abierta. Siendo esta un modelo explicativo y normativo de los regímenes derivados del modelo competitivo. En ambos casos, los mecanismos de participación y comunicación se ven modificados por la incursión tecnológica en las dinámicas individuales y sociales. Dando paso así a las primeras evidencias empíricas de la Democracia Abierta. Desde esta perspectiva conceptual,

la democracia abierta hereda los valores de la democracia competitiva¹⁰ y de la democracia deliberativa. Este último modelo, es una crítica al régimen democrático competitivo y uno de sus máximos defensores es Habermas (2011). Las proposiciones que dan forma al modelo de democracia deliberativa son: a) la opinión pública es la fuente legítima de la voluntad popular; y únicamente se alcanza por medio de la acción comunicativa; b) la acción comunicativa, contraria a la acción estratégica - prevaleciente en la democracia competitiva-, es una forma de participación orientada a la colaboración, a la búsqueda del bien común por medio de la construcción colectiva de la verdad; y c) potencia a la sociedad civil como motor indispensable del régimen democrático (Held, 2007; Monzón, 2006). Aquí como el lector se habrá percatado, la dimensión comunicativa adquiere gran peso.

Así como cada modelo de régimen de gobierno concluye un modelo de administración pública, también los tipos o modelos de regímenes democráticos tienen una forma de comunicación que se resume a: comunicar para competir, o comunicar para colaborar. En esa línea, en el modelo de democracia competitiva, los actores están orientados racionalmente al triunfo; por lo cual, harán todo lo legalmente posible o al margen de la ley para conquistar o mantener el poder político. En el modelo democrático deliberativo, existe una renuncia al triunfo por parte de los actores y su actuar está orientado a la generación de una opinión pública orientada al bien común. Así entonces, la democracia abierta, incorpora un conjunto de elementos de la democracia deliberativa propuesta por Habermas, para la co-creación de valor público.

En esa línea, desde la perspectiva conceptual del deber ser, la democracia abierta es una evolución normativa de los modelos previamente enunciados. Las fuentes que dan forma a este modelo de democracia son:

- a) **Ampliación del espacio público.** No sólo referido a los espacios deliberativos e informativos tradicionales, tales como los debates en los procesos electorales, las antiguas charlas de café; los periódicos y gacetas; sino al ciberespacio como un elemento sintético facilitador.

10 A la democracia competitiva, también se conoce como democracia electoral o democracia mínima.

- b) **Sofisticación de las tecnologías de participación.** Al ampliarse los espacios tradicionales de deliberación, las tecnologías para acceder a estos nuevos espacios también se sofistican. Si deseas interactuar en la blogosfera¹¹, antes debes adquirir un Smartphone o una computadora con conexión a internet. Todo ello, sin enunciar la cultura digital que requieres para poder participar en los nuevos espacios donde se genera la opinión pública.
- c) **Simplificación de los mecanismos de participación.** Una vez adquirida la tecnología para acceder a los nuevos espacios, los mecanismos de participación se simplifican gracias a atajos cognitivos disponibles en el ciberespacio. Dicho de otra manera: una vez adquirido un Smartphone y la conectividad para acceder a la Internet; basta con escribir un tuit, dar un “me gusta”, o ingresar con tu cuenta en Facebook para firmar o dar soporte a una demanda colectiva. Aquí aparece la alfabetización digital¹² para incluir a quienes no están integrados a estos nuevos espacios y mecanismos.
- d) **Reconfiguración de la escala de valores.** La tarea central de los demócratas modernos, aquellos forjados en la democracia competitiva, era extender los derechos políticos a los múltiples estratos de la población. Alcanzar una igualdad política, donde cualquiera que obtuviera la mayoría de edad, y sin importar su condición socioeconómica, pueda votar y ser votado. Un ciudadano, un voto era su encomienda. Tras superarse esa brecha igualitaria, los modelos normativos comienzan a reconfigurar los valores que le dan forma; sin contradecir, desde luego, la categoría originaria. En ese devenir histórico, y por mencionar algunos ejemplos, la socialdemocracia, además de preocuparse por la igualdad política, hacía énfasis en reducir la desigualdad económica. Para efectos de la democracia abierta, los valores de transparencia y participación se acentúan. Extienden las categorías de análisis al periodo de la gestión y a la forma con la cual el gobierno interactúa con la sociedad civil para generar valor público, capital social o compromiso cívico.
- e) social o compromiso cívico.

¹¹ Entendiéndose por blogósfera un conjunto de “texto, imágenes, objetos multimedia y datos, ordenados cronológicamente, que se pueden ver en un navegador HTML” (Ferdig, 2004)

¹² La alfabetización digital tiene como objetivo enseñar y evaluar los conceptos y habilidades básicos de la informática para que las personas puedan utilizar la tecnología informática en la vida cotidiana y desarrollar nuevas oportunidades sociales y económicas para ellos, sus familias y sus comunidades.

- f) **Legitimidad ex post.** A diferencia de la democracia competitiva, la democracia abierta, centra la adquisición de legitimidad en el periodo de gestión o de gobierno. El modelo abierto retoma los protocolos electorales de elección como condición necesaria, mas no suficiente para adquirir la legitimidad que permita: a) la continuidad en el gobierno (reelección del actor o partido), b) la aplicación de políticas, c) las acciones de liderazgo político.

Una vez definidas las variables o condiciones causales de la democracia abierta; como se puede observar en el cuadro 2, las ventajas comparativas de este modelo ayudan no sólo a comprender las exigencias formales del electorado, sino también a vincularlo e integrarlo al proceso de gobierno. Asimismo, es importante resaltar que la democracia abierta no renuncia a la base axiológica de la democracia competitiva, pues este modelo es el núcleo constitutivo de los demás modelos democráticos.

Cuadro 2.

Comparativo entre la democracia competitiva y abierta

	<i>Democracia competitiva</i>	<i>Democracia abierta</i>
<i>Axiomas principales</i>	Igualdad política.	Transparencia (publicidad), participación política.
<i>Modelo de gobierno</i>	Gobierno corporativo.	Gobierno abierto.
<i>Relación con sociedad civil</i>	Vertical.	Horizontal.
<i>Valores de gobierno</i>	Eficiencia y eficacia.	Co-diseño y co-producción de valor público.
<i>Espacios de ejercicio ciudadano</i>	Electoral, principalmente. Concerniente al proceso electoral.	Esfera pública (espacio donde los ciudadanos confluyen para crear valor público y opinión pública).
<i>Instrumentos de participación:</i>	Voto.	Voto, presupuestos participativos, solicitudes de información, diseño y evaluación de políticas públicas, iniciativas populares, comités de participación ciudadana.

Fuente: elaboración propia a partir de bibliografía citada.

El énfasis normativo del modelo de democracia abierta reconoce que existen nuevos espacios de participación que requieren ser activados en el proceso de generación de políticas públicas. Es decir, la democratización extiende el ejercicio de gobierno más allá de la esfera estatal, a espacios privados de la sociedad civil y al mercado. Para dicha activación se formalizan un conjunto de incentivos e instrumentos de participación formal e informal, tendientes a la integración política de ciudadanos para la generación de opinión y valor público. Esta activación, también reconoce y retoma los movimientos sociales como fuente de la política pública y la participación informal.

La instrumentación formal de la democracia abierta, se articula por medio del gobierno abierto. En este punto es necesario distinguir, La democracia es: a) un método de elección y decisión y b) un régimen. Por su parte, el gobierno es un conjunto de individuos que están autorizados para hablar en nombre del Estado; y su función *grosso modo* es crear valor público en aumento del *status quo* de la sociedad (Moore, 1995; O'Donnell, 2013) Para alcanzarlo, cuentan como medio con el monopolio de la autoridad pública (capacidad para producir decisiones vinculantes y monopolio en el uso de la fuerza). Es decir, la capacidad para crear normas, aplicarlas; así como organizar a los estratos sociales alrededor de ella (Thompson, 1998). Este monopolio de medios y fines del gobierno, termina por materializar los valores implícitos en las funciones del Estado.

Ante la anterior diferenciación conceptual, se propone la siguiente proposición:

El gobierno abierto, materializa los valores o axiomas plasmados en la definición de la democracia abierta.

La definición de la democracia abierta determina normativamente el diseño de las políticas implementadas por el gobierno abierto, mas no es excluyente. De acuerdo con la anterior afirmación, se define como una acción pública o política de gobierno abierto aquella que tiene como constituyente al gobierno en colaboración con la sociedad civil.

Para el caso dónde la acción pública tiene como único constituyente a la sociedad civil, si bien es parte del modelo de democracia abierta, este hecho no es considerado como gobierno abierto. En otras palabras, las acciones derivadas del compromiso cívico no deben ser confundidas con políticas del gobierno abierto.

En continuidad con el anterior argumento, las acciones de la sociedad civil son consideradas como acciones de gobierno abierto si y sólo si el gobierno participa.

Por lo anterior, se ofrece al lector una propuesta más a profundidad del gobierno abierto; y sobre todo: un análisis de la parte creativa de la co-creación de valor público: el *open process*.

GOBIERNO ABIERTO

La perspectiva teórica en la cual se sustenta el presente trabajo, es el gobierno abierto. Como evolución del gobierno electrónico, el gobierno abierto hace énfasis en: a) la transparencia y la rendición de cuentas; b) la participación ciudadana; y c) la colaboración entre el gobierno y diversos actores. Transparencia, colaboración y participación son los pilares fundamentales del gobierno abierto afirman sus postulantes (Paz, 2013; Ramírez-Alujas, 2014). A diferencia del gobierno corporativo, donde las relaciones de comunicación son verticales, no existe una relación gobierno-sociedad, y prácticamente los ordenamientos burocráticos son los que determinan el origen de las políticas del gobierno; el gobierno abierto se erige conceptualmente como una forma de administración horizontal y en completa correspondencia y retroalimentación con la sociedad civil y mercado.

Aquí es importante diferenciar el entre el gobierno tradicional¹³ y el gobierno abierto:

Primero. Publicidad en oposición a la opacidad. El pilar central del gobierno abierto es la transparencia y el acceso a la información y datos que son públicos y que son producidos por el gobierno. Como contraposición a los *Arcana imperii*¹⁴, enunciados así por Bobbio (2001), como una de las promesas no cumplidas de la democracia, el gobierno abierto busca la máxima transparencia, no sólo para aumentar la legitimidad; sino también reducir los actos de corrupción. Paz (2013) define este el pilar elemental del gobierno abierto del siguiente modo: “Cuando hablamos de gobierno abierto nos referimos al acceso y la libertad de información, la protección de datos, la reforma de las leyes sobre secretos oficiales y la necesidad, en una democracia consolidada, de poder obtener información útil y accesible sobre las actividades gubernamentales” (p.3). *Segundo.* Participación en contraposición a la apatía. El resultado de la publicidad, traería como consecuencia, al menos desde la perspectiva normativa, un mayor

¹³ El gobierno tradicional es opuesto al gobierno abierto. Desde su regulación hasta su estructura orgánica.

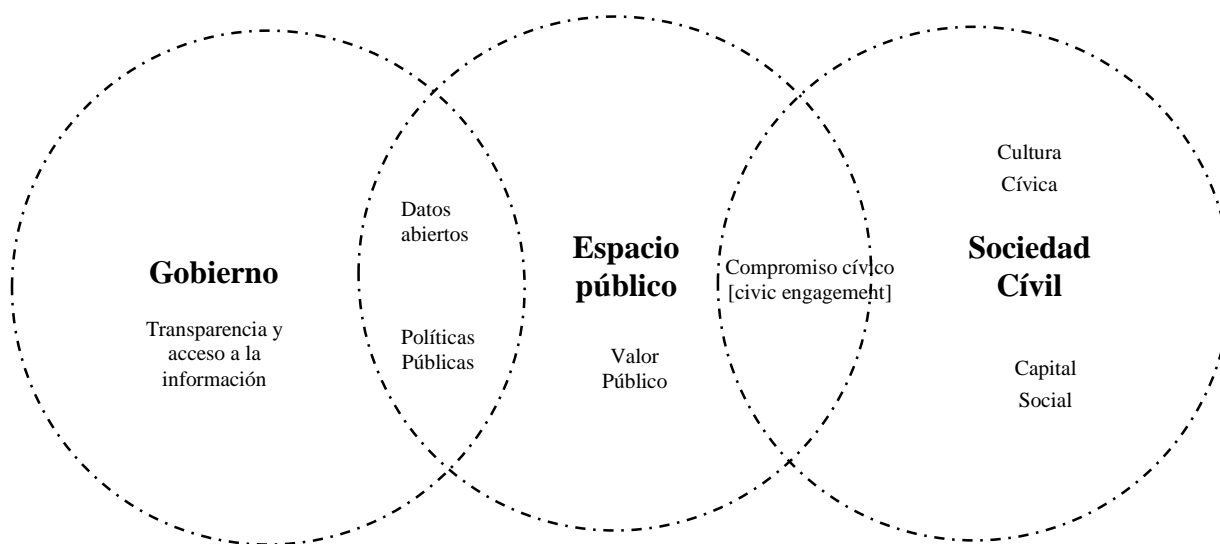
¹⁴ Denominación que reciben los secretos de estado (Toledano, 2003)

involucramiento ciudadano y un mayor compromiso cívico. La participación y la igualdad política son los pilares fundamentales de la democracia; por ello, un régimen democrático más sensible e igualitario tiende a integrar a la mayor cantidad de individuos en el proceso de toma de decisiones y elecciones.

Tercero. Colaborar en oposición a competir. Sin duda este pilar heredado de la democracia abierta, es la parte central del gobierno abierto. Una participación efectiva se refleja en la co-producción de valor público. Todas aquellas acciones derivadas de la participación de la sociedad civil requieren ser reconocidas y asimiladas por el gobierno. Ésta última cualidad, da forma al gobierno abierto. Desde esta perspectiva, la toma de decisiones es compartida con la sociedad civil: no son los empleados del gobierno la única fuente de creación de valor público, sino que se extiende por medio de instrumentos colaborativos a la sociedad civil.

Figura 1

Espacio del Gobierno Abierto



Fuente: elaboración propia a partir de bibliografía.

Como se puede observar en la figura 1, en el gobierno abierto, los diferentes actores se mueven dentro de una regulación institucional horizontal, que permiten la co-creación de valor público, el compromiso ciudadano y una democracia más incluyente.

Derivado del modelo normativo de la democracia abierta, la búsqueda de los diseños institucionales, así como los actos comunicativos de los actores gubernamentales, se deben de orientar a transparentar. Todo lo anterior para incentivar la participación y colaboración de la sociedad civil. Desde esta perspectiva, y hablando numéricamente: son mejores aquellas democracias donde más individuos están involucrados en los procesos creativos¹⁵ del gobierno; frente a aquellas donde únicamente el servicio civil es quien diseña e implementa las políticas.

Robert Dahl (2009), propuso una ruta para alcanzar la poliarquía. El autor graficó en un plano cartesiano dos ejes que dan forma a un conjunto de combinaciones necesarias para alcanzar la poliarquía (o forma de gobierno democrático real, como Dahl le llamaba), este camino tenía como elementos constituyentes que son: a) el debate informado (eje “Y”), b) la competencia política (eje “X”). Así entonces, los regímenes democráticos se encontraron en una evolución histórica donde la ampliación de los derechos individuales como la libertad de tránsito, expresión, asociación y pensamiento (debate informado) en conjunto con la aparición gradual de más competidores políticos o fuerzas políticas, traería como resultado la poliarquía.

A raíz de la anterior propuesta, teóricamente Dahl logró resolver la histórica crítica a la democracia hecha por la escuela de las élites, en la cual su principal crítico, Michels (1969), afirma: quien habla de organización, habla de oligarquía. Es decir, Dahl identificó que en realidad existen élites políticas, o grupos minoritarios en torno a una democracia, pero que la competencia y la pluralidad de estas tienden a generar un régimen democrático. Esta propuesta teórica de Dahl, sin duda da forma a la democracia competitiva, anteriormente mencionada; pero que, a partir de la evolución socio tecnológica de los individuos, se ha visto superada.

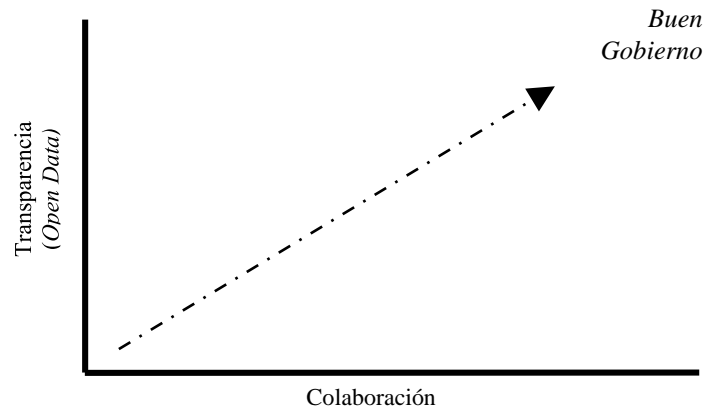
Por lo anterior, se ofrece al lector una paráfrasis de la propuesta de Dahl (2009). En este caso, ya no podemos hablar exclusivamente de un debate informado, sostenido en la liberalización; ni mucho menos en la competencia electoral; como elementos constitutivos del gobierno democrático (o lo más cercano a él, en palabras del mismo Dahl: poliarquía). Sino que los procesos de adquisición de legitimidad de los ciudadanos durante los periodos de gobierno o más aún, cuando

¹⁵ Referente a la creación de valor público. También puede ser entendido como la parte de diseño de política.

la competencia política se consolida y existe una constante de liberalización; la democracia competitiva se ve superada. Aquí es donde la propuesta de democracia abierta aparece, o por lo menos en este primer acercamiento conceptual.

Figura 2.

Ruta hacia el buen gobierno



Fuente: elaboración propia a partir de bibliografía.

Como se puede observar en la figura 2, los ejes constituyentes de la democracia abierta, así como del gobierno abierto son: la transparencia (eje “y”), y la colaboración (eje “x”). Estos elementos modelan al “buen gobierno”, en incluso; podemos aducir que el fin de la transparencia y la colaboración como un nivel superior de la participación, da como resultado la co-creación de valor público. Un buen gobierno es aquel que resuelve en conjunto con sus gobernados, en un contexto de colaboración, transparencia y reglas mayoritarias, los problemas públicos.

La publicidad de los actos de gobierno, son consecuencia de la evolución directa de la liberalización del Estado. Es decir, el reconocimiento progresivo de las libertades individuales, desde el derecho de asociación, hasta el derecho a la información pública; pasan por una lucha histórica y constante. Sin importar si es a partir de un cambio disruptivo o progresivo, por medio de revoluciones, guerras civiles, movimientos sociales o por la evolución natural de las organizaciones, siempre ha existido una lucha por el reconocimiento e institucionalización de las libertades (Bobbio, 1989; Dahl, 2009; North, 1993). Para efectos del gobierno abierto, la institucionalización del derecho a la información pública es una condición necesaria e insustituible

de este. Dicha publicidad de los actos de gobierno se formaliza, según la OCDE (2010), en los siguientes instrumentos legales:

1. La legislación sobre el acceso a la información y libertad de prensa;
2. La legislación sobre privacidad y protección de datos;
3. Las leyes sobre procedimientos administrativos;
4. La legislación sobre Defensores del Pueblo (Ombudsman); y,
5. Las leyes sobre las entidades fiscalizadoras superiores.

Por otra parte, las acciones derivadas de la transparencia y de la voluntad gubernamental, en el marco del gobierno abierto, pueden clasificarse básicamente en: a) co-creación, b) co-diseño, y c) co-gestión de los servicios públicos¹⁶.

Todos los gobiernos, cuentan con un poder público, que se distingue de otras formas de poder; y de otras formas de organización. En esa línea, el poder público tiene dos capacidades mínimas reconocidas, y exclusivas de la autoridad estatal: la capacidad regulativa, y la capacidad organizativa (Thompson, 1998). Estas capacidades dotan al gobierno de la potestad de regular y organizar la conducta humana. En el contexto de una democracia competitiva, este poder público se orienta a la distribución vertical de los bienes y servicios; y el poder público se monopoliza. En un gobierno abierto, por su parte, el poder público comparte la capacidad regulativa y organizativa con la sociedad civil y mercado, mas no renuncia a este monopolio. La distribución de los bienes y servicios se hacen en un contexto colaborativo y de total transparencia con gobernados. Comparte la capacidad organizativa y flexibiliza los ordenamientos jurídicos para la integración con la sociedad civil.

Al respecto, el gobierno abierto viene a fortalecer las capacidades del poder público en cuanto al mantenimiento del poder y eficiencia de los recursos administrativos se trata:

¹⁶ La creación conjunta (co-creación), el diseño conjunto (co-diseño); y la administración conjunta (co-gestión) de los servicios públicos.

- A. **Capacidad organizativa:** Orientadas a la participación y colaboración para la co-creación de valor público. Esta capacidad del poder público en un gobierno abierto tiende a ser incluyente de un mayor número de individuos, no sólo en el proceso electoral; sino también en los tiempos de gobierno.
- B. **Capacidad regulativa:** Conducentes a la reducción de la corrupción y a la búsqueda de la máxima publicidad, por medio de la instrumentación de instituciones formales como leyes y decretos; que posibiliten la obligación del servicio civil o gobierno de informar a los gobernados sobre las determinaciones (elecciones y decisiones) que tomen.

Además de observar un cambio en la concentración-distribución del poder público, una adaptación de los marcos regulativos como le menciona la OCDE, e involucrar agentes no gubernamentales a los procesos creativos del servicio civil; el gobierno abierto orienta su comunicación a acciones comunicativas y no acciones estratégicas, como lo sostiene la democracia deliberativa de Habermas y mi propuesta de democracia abierta. Las acciones estratégicas, como se comentó, son orientaciones discursivas teleológicas orientadas a la conquista del poder político. Conjugan una serie de recursos y estrategias para ganar y soportar la competencia política bajo un estado de derecho. Dicho de otra forma: los agentes políticos orientan su comunicación a la descalificación, desacreditación y el discurso de superioridad organizativa en detrimento de otras fuerzas políticas (Monzón, 2006). Este ataque discursivo o simbólico constante, para el caso mexicano, ha llevado al detrimento de la confianza ciudadana hacia las instituciones de gobierno, así lo demuestran la Encuesta Nacional sobre Cultura Política (ENCUP) y el reciente Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México. La búsqueda del poder por la vía discursiva de la descalificación, en conjunción con la apuesta a la superioridad política, tienden a dividir a las sociedades. Por su parte, en la acción comunicativa, los agentes políticos dialogan orientados, no al triunfo electoral, como en la acción estratégica; sino más bien a la colaboración. Renuncian a ganar e incluso a tener razón¹⁷, para en conjunto con su oposición, resolver los problemas públicos. Esta afirmación es la

¹⁷ Al respecto, Berlin (2001) sostiene que el mayor enemigo de la libertad y la pluralidad es el monismo; entendido este como la creencia de la existencia de una verdad única e inflexible; una verdad estática la cual debe ser promulgada y enseñada. En nombre de la verdad es que se ha derramado la mayor cantidad

columna vertebral del gobierno y democracia abierta. El gobierno renuncia al monopolio de la creación y distribución de bienes y servicios y los comparte. Distribuye la responsabilidad incluso con la oposición de la dirección del gobierno. Potencia a sus ciudadanos para la toma de decisiones colectivas en un tiempo no electoral y lejos del espacio estatal. Cambia las reglas para reconocer nuevos derechos que faciliten el acceso a la información que produce el gobierno; y sobre todo, tiene un acercamiento constante con la sociedad civil y el mercado para enriquecerse de experiencias que permitan crear valor público.

Ante dichas configuraciones valorativas e instrumentaciones legales, surgen para los gobiernos un conjunto de desafíos para la correcta orientación del gobierno. Bajo un contexto colaborativo, y de total transparencia surgen para las organizaciones gubernamentales o servicio civil, un conjunto de desafíos que atender.

Si bien los pilares de la democracia y gobierno abierto, apuntan a una mayor inclusión por medio del saber (transparencia), tomar parte (participar), y contribuir (colaborar); esto sólo es posible lograrlo con el uso de las tecnologías de la información y comunicación. Migrar de un conjunto de saberes y competencias excluyentes de la tecnología, a un entorno decisivo incluyente dotado de tecnologías. La incorporación en un primer tiempo de computadoras o hardware específico para la simplificación de tiempos de producción se le conoce como desafío técnico (Heifetz & Linsky, 2003). Es decir, para que el gobierno sea realmente abierto, se requiere la instalación, por parte del gobierno, de un conjunto de plataformas que permita trasladar al ciberespacio las acciones públicas y la participación política. Lo anterior es lógico y es la base de la democracia representativa: los espacios físicos, así como las limitantes de tiempo dificultan, en primer término, la publicidad de las acciones de gobierno y, en segundo tiempo, los mecanismos de participación formal e informal.

Ya instalados los dispositivos electrónicos (hardware), es necesario adquirir un conjunto de saberes y competencias para operarlos. Aquí es donde entra el desafío adaptativo. Este segundo desafío,

de sangre, afirma. La anterior afirmación, surge a partir de la reflexión sobre el principio bíblico de “la verdad os hará libres”; pues en nombre de la verdad cristiana, se dio la inquisición; en nombre de la verdad de la superioridad aria, se dio el holocausto; por solo mencionar algunos ejemplos. En ese sentido, Habermas retoma la propuesta pluralista de Berlin y orienta a la acción comunicativa como la única forma para constituir una verdad, con la cual podamos convivir sin llevarnos a la masacre.

incluso más complejo que el cumplimiento de los requerimientos tecnológicos, pues involucra las capacidades cognitivas de los individuos; y sobre todo la voluntad individual que tiene cualquier funcionario de gobierno, está compuesto por el cambio de actitudes y percepciones que se tiene con respecto a un paradigma de operación. Para el caso del gobierno abierto, implica el conjunto de saberes necesarios para el acceso al ciberespacio, la confianza depositada en los instrumentos virtuales y la explotación de los mismos en beneficio de todos. Esta acción de liderazgo por parte del gobernante, representa la piedra angular de la transición al gobierno abierto.

Nuevamente: ya no son la competencia electoral ni las satisfacciones de las condiciones mínimas de democracia, las piedras angulares de la democracia actual; sino más bien el desafío adaptativo de migrar a un espacio que está al alcance de todos: el ciberespacio. Un lugar donde formalmente y técnicamente es posible la agregación de intereses, el debate informado y la mayor cantidad de participación.

En ese sentido, y de acuerdo con Ramírez-Alujas (2014, p. 210) para instrumentar los principios rectores del gobierno abierto, se requieren dos aspectos básicos:

1. La apertura de datos públicos (open data) que supone publicar información del sector público en formatos estándar, abiertos e interoperables¹⁸, facilitando su acceso y permitiendo su reutilización¹⁹[...] Por otro lado, la publicación continua de datos relevantes y de interés sobre gestión presupuestaria, proceso de compras y adquisiciones, contratos, declaraciones de bienes e intereses de las autoridades, entre otros, que permitan incrementar la transparencia, la rendición de cuentas y el escrutinio público permanente; y
2. La apertura de procesos (open process) y el uso de redes sociales y plataformas para la participación ciudadana (también llamado Gobierno 2.0), que persigue facilitar la comunicación e interacción, aprovechar el conocimiento y la experiencia de los ciudadanos para ayudar en el diseño y ejecución de políticas y provisión de servicios

¹⁸ En formatos de fácil lectura.

¹⁹ Libres de derechos.

públicos, y la colaboración (en red) dentro y entre las administraciones públicas y más allá.

WEB 2.0: EL INSTRUMENTO DEL GOBIERNO ABIERTO

La web 2.0 representa una innovación en las plataformas informáticas del Internet. Por medio de una interfaz completamente gráfica e intuitiva, mejora la creación y la presentación de contenidos. Por primera vez, se deja de poner énfasis en el medio y se centra en el individuo como motor innovador y creador de los medios sociales (Herreros, 2008). En ese sentido, se abandonan los contenidos estáticos, cual símil de los contenidos mostrados en los periódicos u otros medios masivos de comunicación, para dar vida a contenidos más dinámicos y producto de la inteligencia colectiva. Dentro de los medios sociales con mayor presencia en el mundo está Facebook. Esta plataforma organizada a partir de redes descentralizadas de usuarios agrupados por relaciones consanguíneas y proximidad geográfica (vecinos, amigos, compañeros de trabajo) tiene en aproximadamente 1,180 millones de usuarios activos²⁰. La innovación presentada por Facebook, radica en la libertad para la creación y difusión de contenidos multimedia, la facilidad para agregar intereses por medio de emociones y al alcance poblacional a partir de la simplificación de acceso al medio social.

Desde la perspectiva de la comunicación política, Facebook incorpora:

Cuadro 3.

Uso de Facebook en comunicación política.

<i>Es comunicación personal</i>	Las redes sociales (sic) definen un entramado de relaciones en las que cada usuario se crea un espacio virtual de comunicación interpersonal, fundamentalmente con un contenido lúdico, de entretenimiento, de empatía con el propio círculo (o red) de amistades con las que acepta voluntariamente compartir ese escenario virtual.
<i>Los contenidos son pro-activos</i>	Seguramente uno de los aspectos más interesantes del uso de Facebook es que se refuerza el mensaje de quien actúa y no el receptor en los flujos habituales de la comunicación. El contenido llega al usuario sin que el usuario lo busque; está en su espacio de comunicación personal cada vez que se accede a él. El matiz es muy

20 Para septiembre de 2016 y de acuerdo a: <http://es.newsroom.fb.com/company-info/>.

	importante porque en este caso los contenidos adquieren una dimensión de pro-actividad.
Mejor el <i>rapport</i>	La relación grupal se da en espacios personales, lo que ayuda a mejorar el clima relacional político-usuario. La red aproxima, humaniza, la intercomunicación al desarrollarse en entornos personales.
Vigencia del mensaje muy limitada	La vigencia depende de la frecuencia de la renovación de asuntos interesantes de lo que está en nuestro muro, pero en cada uno de ellos se renueva en función de la actividad de todos sus amigos. Entendemos que ha de ser un muro vivo con constantes aportaciones, por lo que se debe tener en cuenta para muchos visitantes los asuntos de contacto se limitarán a los que caben en la primer pantalla, o, como mucho, a los que nos permita el scrolling.
Se consume lo que se ve	Se ha de procurar que los asuntos importantes estén en el muro. No todos los usuarios buscan en otras pestañas de la página; la mayoría se conforma con lo que ve al acceder: miran lo que les aparece a simple vista.
Diálogo, mejor que discurso	La comunicación en Facebook es dialógica, no discursiva. Las aportaciones han de ceñirse a la máxima de la red: breve y conciso, a poder ser en el texto que cabe en la ventana sin que el usuario tenga que recurrir a activar “saber más”. La idea de que debemos jerarquizar los contenidos y codificar el mensaje para que el receptor lo tenga todo sin depender de que ejecute una acción suplementaria de pedirnos más, rige para los contenidos de cualquier web y se extrema en las redes sociales.

Fuente: Recuperado de Túnez y Sixto (2011).

La anterior tabla, además de esclarecer el proceso de comunicación interpersonal visible en Facebook, nos permite afirmar que la finalidad con la cual los usuarios ingresan al medio social²¹ es meramente lúdica; y encuentran en este medio, un espacio donde pueden compartir sus historias de vida, actividades, emociones y agregar intereses e información de sus redes y amigos, de una manera más económica.

Con respecto a la penetración de los medios sociales: en México y de acuerdo con el Banco Mundial (2015) el porcentaje de usuarios de Internet ha evolucionado del 6.77% en el año 2000 a 40.7% para el 2014. Es decir, 600% de crecimiento en 14 años. Con respecto al uso de los medios

²¹ Un medio social es una plataforma informática donde los individuos (redes) interactúan.

sociales; según la AMIPCI²² (2016) en México, el 92% de la población es usuaria de Facebook, 79% de WhatsApp, 66% de YouTube y 55% de Twitter.

Por lo anterior, y partir de la arquitectura web, la presente investigación se basa en dos proposiciones básicas e incluyentes de los medios sociales y del gobierno abierto:

- A. Los medios sociales son los espacios de construcción de la opinión pública más sofisticados y desarrollados hasta ahora. Esto, por tres sencillas razones: su accesibilidad, ya incluida en muchos dispositivos móviles; su horizontalidad: cualquiera puede enviar y recibir mensajes; su alcance, la progresión geométrica facilita el crecimiento exponencial de todos los mensajes.
- B. El gobierno abierto puede hacer uso de los medios sociales como parte de su estrategia *open process*, para el co-diseño, interacción, implementación y evaluación de sus políticas y servicios.

Ya identificado el marco conceptual mínimo, se ofrece al lector la descripción, a partir de evidencia empírica, de la actividad que los gobernautas tienen en Facebook.

²² La Asociación Mexicana de Internet

METODOLOGÍA

Por lo anterior, el presente trabajo enfatiza la importancia del ejercicio del *open process* a través de Facebook y propone un modelo explicativo para la construcción de la opinión pública en medios sociales; así como la articulación del gobierno abierto en el ciberespacio. Para ello, se incorpora un análisis estadístico descriptivo; basado en el manejo de bases de datos, obtenidas por medio del software, R Studio. Dicha técnica estadística, se le conoce como Big Data. Por medio de dicha paquetería se registran las comunicaciones de los últimos 6 meses de los 5 principales alcaldes del Estado de México. La recogida de datos se hace a partir de un muestreo no probabilístico (Ritchey, 2008) a partir de los siguientes criterios de discriminación: a) importancia del alcalde, esto es medido por el número de personas que habitan su municipio; y b) temporalidad, cuyo rango abarca del 1 de junio al 31 de diciembre de 2016. En la tabla 1, se puede enlistar los 5 alcaldes seleccionados a partir de estos criterios, el número de habitantes que representan y su número de identificación en Facebook.

Tabla 1

Los 5 principales alcaldes del Estado de México

<i>Municipio</i>	<i>Población</i>	<i>Alcalde</i>	<i>Número de identificación en Facebook</i>	<i>Cuenta verificada</i>
Ecatepec de Morelos	1,677,678	Indalecio Ríos Velázquez	256508067711263	Si
Nezahualcóyotl	1,039,867	Juan Hugo de la Rosa García	1059601157388636	No
Toluca	873,536	Fernando Zamora Morales	135673003197689	No
Naucalpan de Juárez	844,219	Edgar Armando Olvera Higuera	253121881542058	Si
Chimalhuacán	679,811	Rosalba Pineda Ramírez	197362940698611	No

Fuente: Elaboración propia a partir de INEGI, IEEM y Facebook.

La recolección de la información incluye 5,143 publicaciones en Facebook de los alcaldes seleccionados. Posterior a la descarga de las bases de datos, se ordena y agrupa en Excel y SPSS para realizar los análisis estadísticos ya mencionados.

Las dimensiones de estudio, se dividen a partir de la relación que guardan las variables con la hipótesis. Estas variables, indicadores y niveles de medición se muestran en la tabla 2.

Tabla 2.

Variables e indicadores de estudio.

<i>Dimensión del gobierno abierto:</i>	<i>Variable</i>	<i>Descripción</i>	<i>Indicador</i>	<i>Nivel de medición</i>
<i>Open process</i>	Permeabilidad	Derivado del marketing digital, describe las cualidades de las publicaciones. Como parte de un proceso comunicativo asertivo, el gobierno abierto busca que sus mensajes se fijen en la mente de los ciudadanos o electores.	Frecuencia	Razón
			Presencia de ECS	Nominal [Binaria]
			Número de caracteres.	Razón
	Interacción	Mide el nivel de aprobación de las comunicaciones por medio de los “me gusta” y “compartidos”.	Me gusta	Razón
			Compartidos	Razón
	Retroalimentación	Por medio de técnicas cualitativas, identifica las principales publicaciones de los usuarios para clasificar si son: evaluaciones a las políticas de gobierno o propuestas para el co-diseño.	Publicaciones en el muro de la página.	Cualitativa
	Publicidad	Por medio de análisis de contenido, se evalúa si las principales publicaciones en Facebook, transparentan el ejercicio de gobierno.	Publicaciones en el muro de la página.	Cualitativa

Fuente: elaboración propia a partir de bibliografía.

Ya establecidos los criterios metodológicos con los cuales se obtiene evidencia empírica, y modelado el marco conceptual básico, se procede a contrastar la evidencia empírica con las proposiciones teóricas.

COMPROMISO POLÍTICO 2.0

Esta sección parte de dos premisas que orientan la presentación de los resultados: 1) a la población no le gusta la política (Crespo, Garrido, & Carletta, 2000); y 2) la forma en la cual los gobernautas involucran a los ciudadanos, y a su vez reducen el rechazo natural a la política, es por medio de mecanismos del marketing 2.0²³.

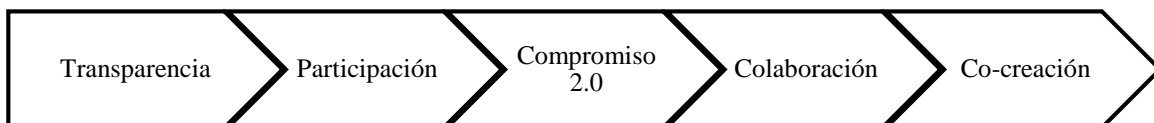
Tras incorporarse elementos del marketing 2.0 para “suavizar” y obtener la mayor cantidad posible de aprobación de sus acciones gubernamentales; y además con el objetivo normativo de co-crear valor público, se presenta el compromiso político 2.0; el cual se define como:

“el grado en que estos se comprometen con sus seguidores a través de las redes sociales, interactuando más allá del simple agradecimiento y la diseminación personal y de campaña. Es decir, entablando una conversación profunda que consiga mejorar el conocimiento político mantenido por sus seguidores mediante la transmisión de información en cantidad y calidad suficiente” (Muñiz, Dader, Téllez, & Salazar, 2016, p. 139)

Dicho de otra forma: dentro del *open process*, el compromiso político 2.0, es decir, el nivel de involucramiento de un gobernauta con su población, tiene como objetivo final –o por lo menos normativamente- la co-creación de valor público. Involucra a más ciudadanos en los procesos creativos del gobierno. Como se puede observar en la figura 2, el compromiso político 2.0

Figura 3.

Open process y compromiso político 2.0.



Fuente: elaboración propia a partir de lecturas citadas.

Normativamente, la disposición de información al público da los insumos necesarios para la participación. Por su parte, el compromiso 2.0 es un nivel de participación donde la interacción

²³ Entendiéndose por este concepto el englobamiento o inclusión de “seis ejes de acción o estrategias de márketing. Estos ejes son los siguientes: Marketing de Relaciones, Marketing One to One, Marketing Dinámico, Marketing On-Line, Marketing Viral y Marketing en Móviles” (Maqueira y Bruque, 2012)

cobra una mayor relevancia entre el gobernauta y los cibernautas. Todo ello, partiendo de la premisa que a los ciudadanos no les gusta ni interesa la política.

Cuando el nivel de compromiso y confianza se afianzan, existe una acción comunicativa que orienta a la cooperación para la resolución de los problemas públicos y no al triunfo electoral. Aquí es cuando la co-creación de valor es posible.

Hasta este punto el lector tiene una idea de cómo la interacción en medios sociales facilita el *open process* del gobierno abierto. No obstante, es visible una limitante numérica de respuesta del gobernauta con respecto a los cibernautas: éstos últimos son más. Por ello, el gobernauta debe implementar una serie de recursos multimedia, wikis, centros de conocimiento y de preguntas frecuentes (FAQs), blogs, videos y demás contenidos para facilitarse la tarea de comunicación. Así mismo, hacerse de un staff profesional en la comunicación en medios digitales, marketing 2.0 y sobre todo: temas de la administración pública para poder orientar al ciudadano a la co-creación.

EVIDENCIA Y RESULTADOS

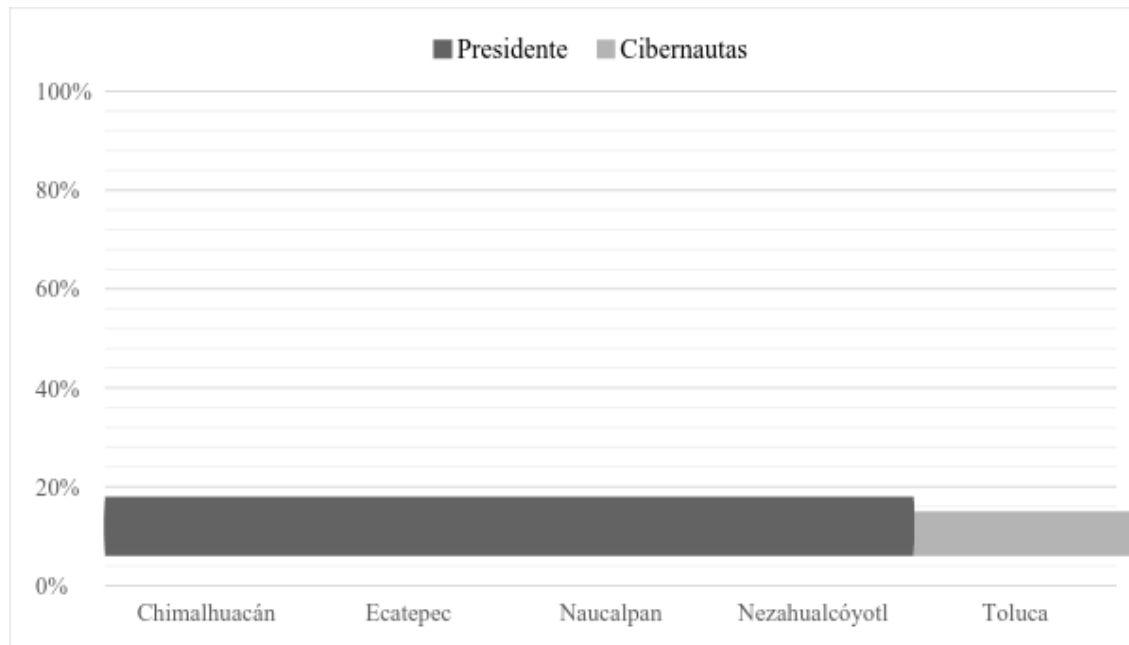
PUBLICACIONES Y MUROS ABIERTOS

La primera disposición que todo gobernauta debe incorporar es la política de muro abierto. Es decir, la posibilidad de recibir publicaciones de los cibernautas en el muro de su página de Facebook. Como se puede observar en la Tabla 3, sólo el 40% de los alcaldes cuentan con un muro abierto (2/5), el 60% no permite la publicación de los cibernautas en el muro del alcalde. Pese a que los alcaldes de Ecatepec y Nezahualcóyotl son los únicos de la muestra con la política del muro abierto; cabe aclarar que Juan Hugo de la Rosa (alcalde de Nezahualcóyotl) es quien recientemente abrió su muro para recibir comentarios de los cibernautas, esto se manifiesta en que durante la recolección de datos con el software R Studio, la búsqueda no reconoció la existencia de las publicaciones de los cibernautas de Nezahualcóyotl. Por su parte, Rosalba Pineda (alcalde de Chimalhuacán) por un tiempo mantuvo su muro abierto, para luego cerrarlo.

Como se puede observar en la Gráfica 1, para la muestra obtenida, el ayuntamiento de Ecatepec cuenta con el alcalde más receptivo con políticas de muro abierto. El 41.79% de las publicaciones en su muro corresponden a cibernautas, sólo el 58.21% de las publicaciones corresponden al alcalde Indalecio Ríos. Por su parte, por lo que respecta a la alcaldesa de Chimalhuacán, Rosalba Pineda, sólo el 3.10% de las publicaciones de su muro corresponden a cibernautas.

Gráfica 1.

Publicaciones en el muro por tipo de persona (gobernante o cibernauta).



Fuente: elaboración propia a partir de matriz de datos.

PERMEABILIDAD DE CONTENIDO

La justificación del uso de técnicas y metodología derivadas del marketing 2.0, responde a la falta de interés y gusto de los cibernautas hacia la política. Las agencias de gobierno y el equipo de staff deben hacer más amigable la comunicación política como un mecanismo de continuidad política; la aprobación de las políticas empleadas por el gobierno municipal, las acciones de liderazgo o simplemente la protección de la población requiere de una simplicidad cognitiva que facilite al cibernauta la movilización (Castells, 2013; Damasio, 1996). En esa línea, las estrategias de comunicación empleadas en los medios sociales deben estar orientadas a la empatía, o, dicho de otra manera: al atraer al auditorio (cibernautas), movilizarlo y reducir las percepciones negativas de la población hacia el gobierno (Maarek, 2009; Mucchielli, 1998).

Para lograr el anterior objetivo, el blog especializado en marketing digital o marketing 2.0, Refinery29²⁴, ofrece un conjunto de principios a evaluar si se está comunicando de manera efectiva en Facebook.

ACTIVIDAD EN EL MURO

El primer indicador con respecto al compromiso político 2.0, es la interacción que presentan los gobernantes en el medio social. Como se puede observar en la Tabla 3, el gobernante con mayor actividad es Indalecio Ríos, alcalde de Ecatepec, con el 38.54% de las publicaciones totales hechas por los alcaldes. En ese mismo orden le siguen: Juan Hugo de la Rosa, de Nezahualcóyotl con 27.33%; Fernando Zamora, de Toluca con el 22.13%; Rosalba Pineda, de Chimalhuacán con el 7.46%; y finalmente: Edgar Olvera de Naucalpan, con 4.52%.

24 Refinery29, (2016); *3 ways to immediately make your facebook posts*; disponible en <http://intelligence.r29.com/post/123550777526/3-ways-to-immediately-make-your-facebook-posts> recuperado el 10 de noviembre de 2016.

Tabla 3.**Actividad de los 5 gobernautas en Facebook.***Fuente: elaboración propia a partir de matriz de datos.*

Municipio	Alcalde	Publicaciones	Porcentaje	Muro abierto
<i>Ecatepec de Morelos</i>	<i>Indalecio Ríos Velázquez</i>	<i>1,550</i>	<i>38.54 %</i>	<i>Si</i>
	Link	106		
	Notas	1		
	Fotos	871		
	Estatus	219		
	Video	353		
<i>Nezahualcóyotl</i>	<i>Juan Hugo de la Rosa García</i>	<i>1,099</i>	<i>27.33 %</i>	<i>Si</i>
	Link	157		
	Notas	0		
	Fotos	838		
	Estatus	4		
	Video	100		
<i>Toluca</i>	<i>Fernando Zamora Morales</i>	<i>890</i>	<i>22.13 %</i>	<i>No</i>
	Link	7		
	Notas	0		
	Fotos	578		
	Estatus	6		
	Video	299		
<i>Naucalpan de Juárez</i>	<i>Edgar Armando Olvera Higuera</i>	<i>182</i>	<i>04.52 %</i>	<i>No</i>
	Link	16		
	Notas	0		
	Fotos	111		
	Estatus	9		
	Video	46		
<i>Chimalhuacán</i>	<i>Rosalba Pineda Ramírez</i>	<i>300</i>	<i>07.46 %</i>	<i>No</i>
	Link	15		
	Notas	0		
	Fotos	258		
	Estatus	0		
	Video	27		
		4,021	100 %	

TIPOS DE CONTENIDO

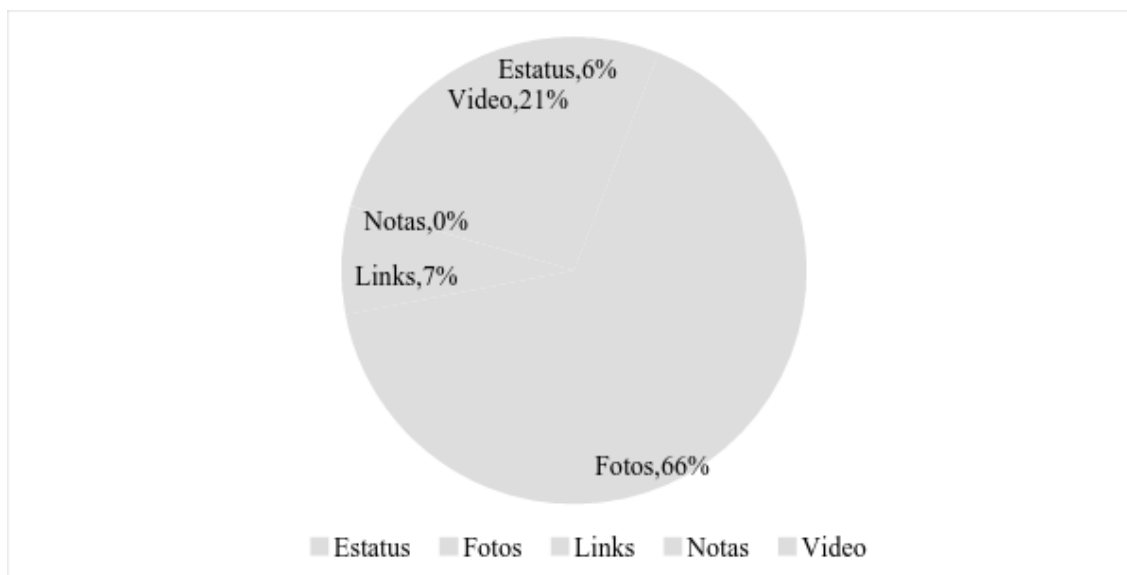
Facebook ofrece un abanico de contenidos a publicar dentro del muro. Los más usuales son: 1) links (o urls que direccionan al usuario fuera de Facebook), 2) notas, o texto plano de gran extensión, 3) fotos, imágenes propias o de terceros que se pueden incorporar en las publicaciones del muro, 4) videos, contenido multimedia propio o de terceros que se puede incorporar en la línea del tiempo del gobernauta.

Desde esta perspectiva, Refinery29 establece al uso de contenidos audiovisuales (fotografías y videos) como los formatos por excelencia para comunicar mejor alguna idea política. Si bien Giovanni Sartori (2006), hace una crítica a la incorporación de imágenes y videos a la arena política, pues resultan en lo que ahora se conoce como un atajo cognitivo para evitar el debate informado y guiarnos exclusivamente con las emociones gráficas; mediáticamente resultan una solución para la mejor comprensión de los contenidos políticos.

Como se puede observar en la Gráfica 2, el contenido que los alcaldes postean de manera preferente son las fotografías, del 100% de las publicaciones, las fotografías ocupan 66%. En segundo lugar, se encuentran los videos con un 21% del contenido; los links, con 7% de los contenidos. Las notas, es decir: las grandes extensiones de texto son casi nulas.

Gráfica 3.

Tipos de contenido compartido por los 5 gobernautas en Facebook.



Fuente: elaboración propia a partir de matriz de datos.

Sin adentrarnos en la interacción que generan los contenidos, es necesario resaltar que el ideal de la acción comunicativa es, sin duda, la generación de debate público, que desemboque en la construcción de opinión pública, donde la mayor cantidad de voces, se vean involucradas. No obstante, dicha dinámica de comunicación interpersonal se dificulta cuando el número de participantes es elevado. Por lo anterior, el uso de recursos audiovisuales no debe suprimir el debate público, sino más bien alimentarlo. Los contenidos emotivos y audiovisuales funcionan como ganchos para atraer la atención de auditorio, posterior a ello, se debe informar y alentar la interacción; o, dicho de otra forma: el compromiso ciudadano y político 2.0.

FRECUENCIA DE PUBLICACIONES

La apertura de canales de comunicación en medios sociales trae consigo la adopción de formatos, políticas y la búsqueda de un mejor posicionamiento de contenido o de los mensajes. El objetivo político tras la publicación, es la movilización; el posicionamiento de alguna idea en el imaginario individual o social, influir en las decisiones de otros (Thompson, 1998). Para lograr lo anterior, una de las políticas de Facebook es la periodicidad.

Los algoritmos de posicionamiento de noticias de Facebook, premian las cuentas verificadas, por sobre las que no lo están. Para esto, Refinery29 recomienda la publicación de por lo menos 4 publicaciones al día. Priorizando los horarios nocturnos para generar un mayor alcance y viralidad del contenido.

Con respecto a las publicaciones, se observaron 213 días de análisis contemplados para la muestra. De ellos, y como se puede observar en la Tabla 4, sólo 3 de 5 alcaldes cumplen con el principio de más de 4 publicaciones al día.

Tabla 4.

Frecuencia de publicaciones de los 5 principales alcaldes del Estado de México.

Municipio	Alcalde	n	\bar{x} por día	\bar{x} por post
<i>Ecatepec de Morelos</i>	<i>Indalecio Ríos Velázquez</i>	1,550	7.28	-
	Me gusta	220,513	1,035.27	142.27
	Compartidos	53,180	249.67	34.31
	Comentarios	30,756	144.39	19.84
<i>Nezahualcóyotl</i>	<i>Juan Hugo de la Rosa García</i>	1,099	5.16	-
	Me gusta	35,130	164.93	31.96
	Compartidos	6,905	32.42	6.28
	Comentarios	2,600	12.21	2.37
<i>Toluca</i>	<i>Fernando Zamora Morales</i>	890	4.18	-
	Me gusta	148,087	695.24	166.39
	Compartidos	59,617	279.89	66.99
	Comentarios	15,496	72.75	17.41
<i>Naucalpan de Juárez</i>	<i>Edgar Armando Olvera Higuera</i>	182	0.85	-
	Me gusta	36,699	172.30	201.64

		Compartidos	13,138	61.68	72.19
		Comentarios	5,713	26.82	31.39
<i>Chimalhuacán</i>	<i>Rosalba Pineda Ramírez</i>		300	1.41	-
		Me gusta	3,394	15.93	11.31
		Compartidos	1,854	8.70	6.18
		Comentarios	159	0.75	0.53

Fuente: elaboración propia a partir de matriz de datos.

Paradójicamente, quien cumple con la frecuencia de publicación diaria más alta, Indalecio Ríos, no es quien más interacción²⁵ tiene. Tras ser primer lugar en el número de publicaciones diarias, pasa a ser el tercero en cuanto al nivel de interacción (*me gusta*)²⁶. Esto refleja una falta de aceptación de las piezas comunicativas por parte de los cibernautas. Si bien lo anterior, como muchos fenómenos sociales, puede demostrar una falta de estímulos emocionalmente competentes en las piezas comunicativas, también refleja una falta de compromiso político al no buscar aumentar la calidad de su *open process*.

Top de publicaciones (post/tiempo)	Top de interacción (me gusta/post)
1. Indalecio Ríos Velázquez (7.28/día)	1. Edgar Armando Olvera Higuera (201.64)
2. Juan Hugo de la Rosa García (5.16/día)	2. Fernando Zamora Morales (166.39)
3. Fernando Zamora Morales (4.18/día)	3. Indalecio Ríos Velázquez (142.27)
4. Rosalba Pineda Ramírez (1.41/día)	4. Juan Hugo de la Rosa García (31.96)
5. Edgar Armando Olvera Higuera (0.85/día)	5. Rosalba Pineda Ramírez (11.31)

En el otro extremo, Edgar Armando Olvera, de Naucalpan, tiene más “me gusta” que el alcalde con mayor número de publicaciones. Mientras que el alcalde de Naucalpan ocupa el cuarto lugar en número de publicaciones diarias, obtiene el primer lugar en el número de “me gusta” por

²⁵ La interacción en Facebook refiere al conjunto de respuestas del público (comentarios), compartidos, y reacciones (me gusta)

²⁶ Un me gusta (Like) funciona como una muestra de atención y en su caso aprobación en Facebook

publicación. Esto pone de manifiesto una mayor aceptación por parte de su auditorio, así como un mayor compromiso político dentro del *open process*.

En cuanto a Rosalba Pineda, de Chimalhuacán; ocupa el 4° y 5° lugar en el número de publicaciones y “me gusta”, respectivamente. Una de las posibles causas es la falta de seguimiento de la cuenta de Facebook aperturada en tiempo electoral, y la cual perdió gran cantidad de seguidores (followers).

En cuanto al alcalde de Toluca, Fernando Zamora, ocupa el tercer lugar en las publicaciones diarias, mientras que en la interacción (número de me gusta/post diarios), aparece en 2° lugar.

Estas paradojas hablan no sólo del compromiso político 2.0, sino también que el tamaño de la población no importa cuando de “comunicar bien” se trata. El alcalde de Naucalpan, es el puntero con más interacción, no obstante, en cuanto al tamaño de población, Naucalpan ocupa el 4° lugar, incluso por debajo de Toluca.

Juan Hugo de la Rosa, de Nezahualcóyotl, ocupa el 2° lugar en cuanto al número de publicaciones diarias y el penúltimo en cuanto a la interacción.

Al encontrar estas paradojas, y cualitativamente hablando, la regla de 4 publicaciones al día, muestra ser una condición necesaria mas no suficiente para identificar el grado de compromiso político 2.0.

REGLA 25-55

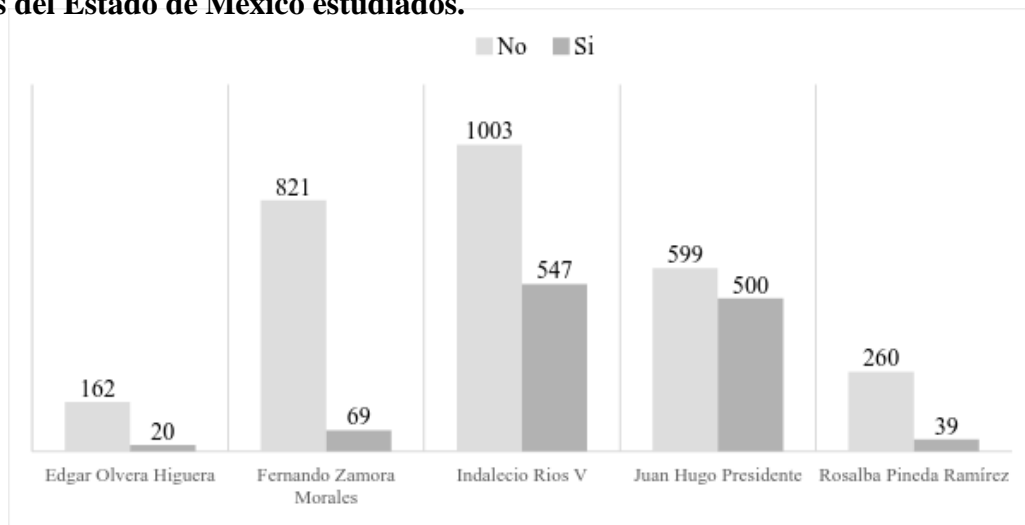
Según Refinery29, una de las causas por las cuales se dificulta un aumento en la interacción es el exceso de códigos digitales; es decir: muchas palabras. En ese sentido, la evidencia empírica afirma que el rango óptimo de número de caracteres dentro de Facebook es de 25 a 55 caracteres. Lo anterior, tiene fundamento en la cognición: menos es más y comunicar con mensajes cortos facilita la cognición. Como se puede observar en la Gráfica 4, el 70.77% del contenido publicado por los alcaldes no cumple con el principio 25-55.

En cuanto a la aplicación de la regla 22-55, Juan Hugo de la Rosa es quien más hace uso de la norma: el 45.50% de sus publicaciones, tienen esta característica. En segundo lugar, se encuentra Indalecio Ríos de Ecatepec, con el 35.29% de publicaciones con la norma 25-55. En tercera posición de cumplimiento, se encuentra Rosalba Pineda, con el 13.04% de las publicaciones con

dicha norma. Por su parte, Edgar Olvera y Fernando Zamora, ocupan el 4° y 5° lugar de cumplimiento en cuanto a la norma 22-55.

Grafica 4.

Número de publicaciones de acuerdo con el uso de la Regla 25-55 para los 5 principales alcaldes del Estado de México estudiados.



Fuente: elaboración propia

Nuevamente, el lector se podrá percatar de que mientras Edgar Olvera y Fernando Zamora ocupan los últimos lugares en la aplicación de la norma 22-55, en cuanto a interacción ocupan el primer y segundo lugar. Esto hace una aportación significativa a la configuración causal de la interacción (me gusta).

La presencia de menos elementos, que para principios de cognición es necesario, no es una condición necesaria para una mejor respuesta de los cibernautas. Paradójicamente, el cumplimiento de la regla 22-55 y de la frecuencia de 4 post por día, en ausencia o presencia, no logran explicar por si solos la interacción obtenida.

INTERACCIÓN

La interacción en Facebook se mide a partir de 3 elementos: reacciones, para el caso de esta muestra se analizan los “me gusta”; los compartidos²⁷, es decir, la acción de un usuario de compartir en su muro; y los comentarios.

CONFIGURACIONES CAUSALES

En la tabla 5 se muestra una configuración lógica binaria a partir de la usencia o presencia de cualidades en una unidad de análisis (Pérez-Liñán, 2010; Ritchey, 2008). Una unidad de análisis, representa una puntuación que fue recogida por medio de las técnicas estadísticas arriba descritas. Para este caso en específico, las unidades de análisis son las publicaciones (en lo general, o la publicación o post en lo particular) que los gobernautas hacen en sus muros. Cada unidad de análisis, como se ha demostrado en los apartados anteriores, puede o no cumplir con una cualidad. Por ejemplo: si la publicación hecha por el alcalde de Toluca, Fernando Zamora, excede los 55 caracteres, se puede etiquetar como “no cumple la regla 25-55”. En la tabla lógica de verdad ulterior, se contabiliza si la mayoría de las unidades de análisis o publicaciones cumplen con las reglas arriba descritas. Si la mayoría simple de las publicaciones cumple con el principio, entonces se puede inferir cualitativamente que sí está presente la regla. Por su parte, si la mayoría simple no cuenta con el principio, se infiere cualitativamente que no cumple con la regla.

Aunque esta determinación puede resultar controversial, porque pueden encontrarse muy polarizadas las proporciones, se optó por las configuraciones binarias de presencia/ausencia o si/no para tratar de identificar una configuración causal.

En palabras de Perez-Liñan (2010), las configuraciones causales representan el conjunto de cualidades que un sistema de variables posee para explicar la cualidad de un caso (agregación de unidades de análisis). Por ejemplo: ¿Cuál es la configuración causal por la cual el alcalde Zamora tiene la mayor cantidad de “me gusta”, “compartidos” y “comentarios” en sus publicaciones en Facebook? El análisis propone 4 variables (“x”) para tratar de explicarlo. Estas variables se darán

²⁷ Compartir en Facebook es la acción de publicar en tu muro, contenido de otra página o perfil manteniendo los créditos del autor o la fuente.

por satisfechas, si cumplen con la mayoría simple de las publicaciones con la presencia de dicha cualidad. Para efectos de la integración de una configuración causal, se agrupan las siguientes variables explicativas: X₁) muro abierto; X₂) 4 publicaciones al día; X₃) regla de 25-55 caracteres; X₄) tener una cuenta verificada.

Tabla 5.

Frecuencia de publicaciones de los 5 principales alcaldes del Estado de México.

Alcalde	X ₁ Muro abierto	X ₂ Frecuencia (+4)	X ₃ Regla 25-55	X ₄ Verificada	Me gusta	Compartido (Share)	Comentarios
<i>Indalecio Ríos (Y₁)</i>	<i>Si</i>	<i>Si</i>	<i>No</i>	<i>Si</i>	142.27	34.31	19.84
<i>Juan Hugo (Y₂)</i>	<i>Si</i>	<i>Si</i>	<i>No</i>	<i>No</i>	31.96	6.28	2.37
<i>Fernando Zamora (Y₃)</i>	<i>No</i>	<i>Si</i>	<i>No</i>	<i>No</i>	166.39	66.99	17.41
<i>Rosalba Pineda (Y₄)</i>	<i>No</i>	<i>No</i>	<i>No</i>	<i>No</i>	11.31	6.18	0.53
<i>Edgar Olvera (Y₅)</i>	<i>No</i>	<i>No</i>	<i>No</i>	<i>Si</i>	201.64	72.19	31.39

Fuente: elaboración propia a partir de matriz de datos y Pérez-Liñán (2010).

Como se puede observar en la Tabla 5. El ejemplo de mayor compromiso político 2.0, es de Edgar Olvera. Su configuración causal muestra la ausencia de todas las reglas, excepto la cuenta verificada. Lo cual, evidencia que las variables determinantes del compromiso político, no necesariamente es la presencia de las 4 variables explicativas propuestas, sino por el contrario.

En contra parte se encuentra Indalecio Ríos. El alcalde de Ecatepec porta el tercer lugar en interacción, y muestra una configuración causal completamente opuesta a la de Edgar Olvera. Indalecio Ríos, presenta: un muro abierto, con una frecuencia de publicaciones de más de 4 veces al día y con una cuenta verificada. No obstante, pese al cumplimiento de las variables explicativas, no ocupa el 1er lugar. Esta conclusión nos permite deducir lógicamente que independiente de la ausencia o presencia de estas 4 variables explicativas, el éxito del compromiso cívico y de la mayor interacción dependen de otras variables.

Por su parte, Fernando Zamora, quien ocupa el 2º lugar en número de interacciones, únicamente tiene presente la norma de publicar más de 4 veces al día. Las demás variables de análisis se encuentran ausentes.

A partir de este análisis cualitativo comparado, el lector puede observar que no existe una ruta única para asegurar la mayor interacción. Que a pesar de la existencia de evidencia empírica y de un conjunto de principios que favorecen al compromiso político 2.0 y el *open process* del gobierno abierto, pareciera que en esta comparativa y muestra, las variables propuestas no tienen relevancia.

El lector se puede preguntar: ¿Refinery29 se equivocó al proponer un conjunto de cánones o modelo ideal de comparación? ¿Está ausente un elemento no considerado por la presente muestra y comparativa? Al respecto, se debe puntualizar: la interacción no siempre es positiva y aunque refleje una mayor interacción esta puede ser negativa. Los comentarios recibidos y las veces en que los contenidos son compartidos, pueden estar cargados de mensajes negativos y de rechazo por parte de la población; es decir, el análisis cuantitativo no es suficiente para explicar dicha interacción; y requiere un análisis de emociones en las respuestas de los cibernautas.

Hasta aquí podemos afirmar que:

1. Existen un conjunto de cánones o propuestas para optimizar las publicaciones en Facebook.
 2. Estas propuestas pueden estar presentes o ausentes en diferentes configuraciones causales.
 3. Que el éxito en las interacciones de una publicación no sólo se explica a partir de análisis cuantitativos, sino que forzosamente se deben incorporar análisis cualitativos que valide los resultados obtenidos mediante técnicas de análisis de discurso y análisis de emociones.
- En otras palabras: puede existir interacción negativa que merme o rechace el conjunto de políticas y mensajes emitidos por los gobernantes.

Tratando de identificar cual es la 5ª variable explicativa del éxito o fracaso de la interacción de los alcaldes, se presenta un análisis de la principal publicación de cada uno de los alcaldes. Esto busca validar: 1) La presencia/ausencia de estímulos emocionalmente competentes que fortalezcan la interacción; 2) La calidad de la interacción: si está orientada hacia la empatía o antipatía por parte de los cibernautas; y 3) Si las publicaciones aportan al *open process* del gobierno abierto, es decir, si informan, transparentan o incentivan la participación y movilización.

Antes de continuar con el análisis de la evidencia empírica, se ofrece al lector una nueva batería conceptual para el entendimiento de los mensajes más atractivos o cognitivamente más significativos que pueden estar o no presentes en las publicaciones de los gobernantes.

CALIDAD DE LA INTERACCIÓN, ESTÍMULOS Y OPEN PROCESS.

Siempre nos encontramos estimulados, ya sea por sensaciones internas o externas. Algunos ejemplos de los estímulos a los cuales nos enfrentamos todos los días son: la presencia o ausencia de luz, el calor, hambre, sonidos, palabras, colores o respuestas hormonales. Al estar sometidos a los mismos estímulos de manera recurrente, el cerebro tiende a inhibir la respuesta somática a dichos estímulos; así entonces, los olores, acciones o a grandes rasgos sensaciones, terminarán pasando desapercibidos después de un tiempo recurrente de exposición. Esto sucede con muchos otros estímulos a los cuales nos encontramos sometidos con frecuencia. Al inhibir la respuesta a dichos estímulos, pasamos a incorporarlos como algo consuetudinario, o una variable controlada dentro de nuestra experiencia y percepción (Castells, 2013). Al suceder esto, el cerebro simplemente deja de percibirlos y centra su atención y energía en aquellos estímulos que son emocionalmente competentes.

Los estímulos emocionalmente competentes, o ECS por sus siglas en inglés; son un conjunto de estímulos internos o externos, percibidos por el conjunto de terminales nerviosas de nuestro sistema límbico. Para que estos estímulos adquieran la categoría de “emocionalmente competentes”, implica que existe una respuesta neuroquímica al momento de vernos “estimulados” por dichos mensajes o sucesos. Así entonces, una persona experimentará una emoción (respuesta neuroquímica) tras percibir un estímulo emocionalmente competente. Cuando una persona es testigo de un asalto o de cualquier otra acción (estímulo) que ponga en peligro su integridad física, experimentará una respuesta neuroquímica (emoción) de miedo y ansiedad. Esta emoción, derivará en una acción racional para tratar de evitar el problema y salvaguardar su integridad. En otras palabras: saldrá de su circuito de predisposiciones integrado por todos aquellos estímulos inhibidos y preconcepciones; y entrará en un circuito de ansiedad activando su racionalidad (Castells, 2013; Damasio, 1996, 2000).

Para el caso de Facebook, los estímulos emocionalmente competentes pueden ser las publicaciones cuidadosamente diseñadas para despertar una emoción en el cibernauta. Nuevamente: a las personas no le gusta la política, por lo cual, el gobernauta debe “engancharlos” o “atraerlos” con un conjunto de piezas comunicativas que despierten esperanza y empatía (Castells, 2013).

Tras analizarse las variables en el open process, se procede a evaluar la presencia de estímulos emocionalmente competentes de las imágenes posteadas por los alcaldes.

ECATEPEC: INDALECIO RÍOS

El rango de “me gusta” obtenido por Indalecio Ríos, donde tenemos que la publicación con menos interacción obtenida es de 0, como límite inferior; y 23,163 como límite superior; la publicación que obtuvo la mayor cantidad de me gusta está integrada por una fotografía donde el alcalde se encuentra levantando a un niño

Fotografía 1. Indalecio Ríos	
	
Texto: “¡Amo pasar tiempo con mi #Familia mientras visito a mis vecinos de #Ecatepec!”	
Me gusta: 23,163	Comentarios: 709
Compartidos: 304	ECS: Si
Open process: No	

Fuente: elaboración propia a partir de matriz de datos.

Esta publicación, además de obtener 23,163 me gusta, fue 304 veces compartida y recibió 709 comentarios. El texto utilizado cuenta con un estímulo emocionalmente competente y centra en el mensaje una de las organizaciones más importantes para el cibernauta, la familia:

¡Amo pasar tiempo con mi #Familia mientras visito a mis vecinos de #Ecatepec!

Asimismo, en la fotografía se pueden observar que los protagonistas (el niño y el alcalde), se encuentran sonriendo y los otros participantes también. La sonrisa, como apuntan los estudios sobre la neurocognición, activa las neuronas espejo. Estas neuronas reproducen, como todo el lenguaje que es leído e interpretado por el cerebro, el hecho; es decir nos permite por medio de la imaginación reproducir el suceso y en consecuencia sentir empatía.

Pese a que es una imagen altamente emotiva y por tanto obtiene una gran respuesta por parte de los cibernautas, esta no hace ninguna referencia al *open process* gubernamental, no refiere a ninguna política de protección familiar o a algún proceso de integración de la ciudadanía. Esta publicación, muestra un esta pieza comunicativa altamente impactante para los cibernautas, esta publicación no hace referencia o da pauta a un proceso de gobierno abierto.

Los comentarios más relevantes hechos a tal pieza comunicativa, son:

Cibernauta	Comentario	Me gusta	Respuesta
"Skeys Moonc"	<i>"Genial imagen pero y toda la seguridad q??? El ecatepec q usted pinta no es asi !!!!!!"</i>	65	Si
"Julio Vivar"	<i>"Perfecto mi presidente. Pero ps haber cuando pasa por mi calle para que vea las deficiencias que hay es a un costado de presidencia en Pedro Moreno falta poda e iluminación (etc.)"</i>	24	Si
"Vica Castro"	<i>"Le pido señor gobernador mas vijilancia en ciudad azteca hay muchos robos a casas y autos y perspnas xfavor atienda la peticion en nombre de lis avitantes"</i>	17	Si
"Juan Carlos Garrido"	<i>"Que buen panorama el que se admira en esa foto vecino ojala que asi estuviera todo ecatepec,es una verdadera lástima que solo por donde usted pasa le den mantenimiento a calles y parques de recreación y en zonas donde no pasa este tan descuidadas las avenidas con oyos baches problemas de inundaciones,pasto sin cortar en donde hasta cadaveres abientan y la inseguridad que todos sentimos al saber que es el lugar donde existe mas violencia robo de autos y mas prepotencia por parte de las autoridades que solo sirven para extorsionar y no para ayudar.Abra su mente y piense si en verdad sería capaz de vivir sin sus escoltas en un lugar como lo es chiconautla y si su familia estaria segura 😞"</i>	25	Si
"Luis Alberto García"	<i>Ojala..tengamos mas seguridad..porq..creo q la delincuencia..ya los rebaso..a ustedes como gobierno...o ustedes..le tienen miedo..alos delincuentes...porq creo q es mas facil..agarrar auno q esta tomando en la tienda...q uno q vende droga..afuera de una casa....gracias...</i>	16	Si

Fuente: elaboración propia a partir de la matriz de datos. (Los textos fueron recuperados tal como se encuentran en las publicaciones en Facebook)

Los comentarios de los ciudadanos reflejan un descontento ante la política de seguridad y la falta de mejoramiento urbano, que atribuyen al municipio de Ecatepec. Aprovecharon la pieza comunicativa para insertar su mensaje de descontento. Ante tal situación, el alcalde contestó los mensajes proporcionando a los cibernautas información sobre las políticas implementadas al respecto.

NEZAHUALCÓYOTL: JUAN HUGO DE LA ROSA

La publicación con mayor impacto del alcalde de Nezahualcóyotl, es un video de 51 segundos de duración, que cuenta con 43,153 reproducciones. Lleva el texto:

“¡En esta temporada navideña, ven a Neza a patinar gratis en pista de hielo!”

Video 1. Juan Hugo de la Rosa

“¡En esta temporada navideña, ven a Neza a patinar gratis en pista de hielo!”

Me gusta: 854	Comentarios: 126
Compartidos: 1,107	ECS: No
Open process: Si	

Fuente: elaboración propia a partir de matriz de datos.

La anterior pieza, hace referencia a un servicio lúdico, u orientado al entretenimiento, que el municipio ofrecía a la población. A diferencia de la pieza comunicativa de Indalecio Ríos, referido

anteriormente, Juan Hugo de la Rosa, si promociona una acción de gobierno. Asimismo, enuncia a los costos, ubicación, y fechas en las cuales estará operando dicho servicio.

Pese a que se refiere a un servicio del gobierno y comunica una acción gubernamental en beneficio del entretenimiento de las familias, dicho mensaje no hace referencia a otros elementos del gobierno abierto, por ejemplo: la inversión o gasto ejercido, que entrarían dentro del tema de transparencia, que es uno de los principales componentes del gobierno abierto.

En cuanto a los principales comentarios, se encuentran:

Cibernauta	Comentario	Me gusta	Respuesta
Bety de Ceja	<i>“No inventen primero pavimenten las avenidas mejora los semaforos, el alumbrado público Neza sólo tiene circo maroma y teatro mejoren las calles por Dios está en pésimas condiciones todo el municipio y no hablemos de la inseguridad.”</i>	9	No
Lawyer Vivas	<i>“Que vergüenza que la gente aplauda estas cosas.....pero que se le puede hacer, que al pueblo le den pan, circo y teatro □ mientras que los semáforos no sirven y no pavimentan las calles.....neza va de mal en peor”</i>	5	No
Beatriz Castro	<i>“Tienen recurso para poner pista de hielo? Mejor se debería de preocupar por terminar las obras sobre el bordo, es un caos y k decir de la inseguridad, sr presidente lo invito a transitar a las 7 de la mañana a ver si llegs a su trabajo sin retraso.”</i>	6	No
Richard Pimentel	“AUMENTA LA SEGURIDAD MEJOR JUAN HUGO!!! Y NO CONTRATES A PURO POLICIA CORRUPTO!!!”	4	No
Olga Albarran	<i>“Ahhhh q padre no se trata nada mas de quejarnos q bueno q hay eventos para divertirnos sobre todo con los niños”</i>	2	No

Fuente: elaboración propia a partir de matriz de datos.


Los comentarios hacia Juan Hugo de la Rosa, son críticas hacia la gestión del gobierno y la distribución del presupuesto. Pese a que los comentarios de los cibernautas tienen poca interacción²⁸ en comparación con los comentarios recibidos por la publicación de Indalecio Ríos, estos no tienen ninguna retro-alimentación por parte del alcalde, ya que en ninguno de los casos responde a los cuestionamientos, ni ofrece alternativas para solucionar las preguntas.

²⁸ Medida en el número de respuestas que tiene el comentario.

En cuanto al alcalde de Toluca, la publicación con más “me gusta” recibió es una galería de fotos alusiva a la remodelación de “La Maquinita”²⁹. La galería cuenta con 1,360 me gusta y no contiene un estímulo emocionalmente competente.

Pese a que el mensaje comparte elementos básicos del *open process* y de la rendición de cuentas; al igual que en los casos sus pares alcaldes antes mencionados, no refiere elementos para mejorar la publicidad de los actos.

Fotogalería 1. Fernando Zamora



RESTAURA H. AYUNTAMIENTO "LA MAQUINITA", SITIO EMBLEMÁTICO DE LA CAPITAL MEXIQUENSE.

Me gusta: 1,360	Comentarios: 203
Compartidos: 597	ECS: No
Open process: Si	

Fuente: elaboración propia a partir de matriz de datos.

²⁹ Sitio emblemático de la capital mexiquense donde se ubica una locomotora que enuncia la salida/llegada al norte de Toluca.

Con respecto a los principales comentarios, se encuentran:

Cibernauta	Comentario	Me gusta	Respuesta
Annie Piper	<i>“4 foquitos y creen que esa es una buena obra pública, despierta Toluca.”</i>	6	No
Jonhatan Garcia	<i>“Y de cuanto fue el presupuesto 10 millones de pesos”</i>	2	No
Edgar Rowngarter	<i>“Hola, saben por donde vivo desde hace 16 años que no hay ningún parque, ni nada parecido, estaría muy genial que construyeran uno con parque skate canchas de fútbol y juegos para niños, Yo vivo en galaxias san lorenzo, sería una buena idea ya que los de San lorenzo y las flores irían a disfrutar el parque y también los de San Cristobal, díganme si tenemos que recolectar firmas para que hagan algo pronto”</i>	1	No
Edith Morales	<i>“Pues a mi me gusta como se ve y no me importa si a los demás no les gusta al final a la gente nunca se nos da gusto en nada ☐ Quedó linda !!☐ bien por eso”</i>	1	No
Jj González	<i>“quedo excelente lastima que siempre hay personas que nos les guste lo agradable prefiriendo siempre que las cosas se vean mal primero critiquen su casa y después el entorno bien por el presidente municipal Fernando Zamora !!!!”</i>	1	No

Fuente: elaboración propia a partir de matriz de datos.

Los comentarios se encuentran divididos. Existen quienes apoyan, pero también quienes rechazan dicha disposición administrativa. Por otro lado, también podemos observar una demanda ciudadana orientada a la creación de espacios donde no existen (Edgar Rowngarter). Al igual que el alcalde de Nezahualcóyotl, el alcalde de Toluca, Fernando Zamora, y su equipo no contestan los mensajes dejados por los cibernautas.

Fotografía 2. Edgar Olvera



Texto: “Con mi adorable e incondicional compañera de vida.”

Me gusta: 693

Comentarios: 64

Compartidos: 65

ECS: Si

Open process: No

En cuanto al alcalde de Naucalpan, Edgar Olvera, la publicación con mayor número de “me gusta” recibidos, es la alusiva a una foto en la que aparece acompañado por su “compañera de vida”. Dicho mensaje, cuenta con un estímulo emocionalmente competente en el texto. Asimismo, la fotografía muestra a la pareja sonriente y tomada de la mano; lo que aumenta el valor simbólico y emotivo.

Si bien la pieza comunicativa, representa emblemáticamente el mayor número de “me gusta” obtenidos por el alcalde en la muestra, esta no refiere de ningún modo al *open process* del gobierno abierto; mucho menos refleja un mensaje que invite a la co-producción de valor público.

En cuanto a los 5 comentarios más relevantes (medidos por número de “me gusta”) se encuentran los siguientes:

Cibernauta	Comentario	Me gusta	Respuesta
Antoñito Mireles	<i>“Ah ok. Perdón, cuándo comienza el programa de repavimentación en San Esteban? El que prometió en campaña.”</i>	4	Si
Comando Espesial	<i>“MUY BONITO PERFIL SALUDOS DESDE LOS REMEDIOS NAUCALPAN”</i>	3	Si
Claudia Mendoza	<i>“Sr. espero que algún día Ud., y su esposa se den una vuelta caminando por el fracc al donde se podría decir que es su segunda casa en especial a las calles velle de solís esquina con managua y valle de lerna para que constate que es una verdadera verguenza el pavimento que tenemos que es de pura grava y es por donde donde todos los que laboran en el municipio se van y se estacionan bajan en sentido contrrario al periférico desde vall de jilotepec y los demas faraccionamientos lo utilizan como desfogue hacía la vía rápida gracias en caso de que lea mi queja y mi petición de que nos pongan un pavimento digno por donde caminan personas de la tercera edad y que respeten las esquinas para poder cruzar por ellas”</i>	10	No
Yuls Castillo	<i>“Arregle las calles!! Pues que haces con el presupuesto?!!!”</i>	10	Si
Jesús Currilla	<i>“Ponte a trabajar y pon más vigilancia en todo naucalpan en lugar de estar tomándote fotos ya que la gente esta harta de tanta inseguridad”</i>	5	Si

Fuente: elaboración propia a partir de matriz de datos.

De igual forma los comentarios están polarizados: por una parte, están los *supporters*, quienes defienden la imagen y la expresión; y, por otro lado, quienes critican la acción y demandan por más seguridad y mejor política pública.

CONCLUSIONES

Finalmente, las conclusiones se agrupan en dos tipos: las conclusiones formales, derivadas de la discusión conceptual entre los autores; y las conclusiones empíricas, resueltas a partir de la confrontación de la teoría propuesta con la evidencia empírica recopilada. Así mismo, el lector identifica, la propuesta de agotamiento del modelo democrático competitivo, por uno más inclusivo y colaborativo: el modelo de la democracia abierta. Dentro de la evidencia empírica recopilada, las conclusiones agrupan que los estímulos emocionalmente competentes son la condición necesaria para obtener mejores resultados de interacción. No obstante, también se distingue que la preferencia de los cibernautas está en dichas publicaciones “emocionales”, no así en publicaciones que apelen a la racionalidad o a la co-creación de valor público. Sin duda, estos matices nos permiten apostar a una mayor educación cívica y en una mejor cultura digital como motores para el fortalecimiento democrático.

Derivado del análisis conceptual y empírico, se ofrecen al lector las siguientes conclusiones:

Ampliación del espectro democrático. Los tiempos y espacios de participación política, no se pueden reducir a los procesos electorales. La sociedad demanda otros espacios y formas de participación, donde por racionalidad y tiempo, puedan estar en contacto con sus representantes; y por medio de reacciones como “me gusta”, “me divierte”, “me enamora”, “me enoja” o “me entristece”; evaluar el éxito de una política.

Democracia abierta, una nueva configuración axiológica. Desde la perspectiva normativa, y derivado de la búsqueda de las sociedades de una mayor participación y transparencia; el modelo de democracia abierta busca democratizar espacios antes no disponibles para la democracia competitiva. Distribuir el poder público y dotar de agencia al individuo en los procesos creativos del gobierno. Así mismo, busca compartir la capacidad organizativa y regulativa con agentes de la sociedad civil y mercado en vísperas de una co-producción más incluyente y horizontal.

Gobierno abierto, la instrumentación de la democracia abierta. Como modelo conceptualmente aceptado, el gobierno abierto da posibilidades de ampliar, por medio del saber, participar y colaborar; un involucramiento de la sociedad civil en la co-construcción del valor

público. Esta propuesta conceptual, mejora la capacidad del gobierno para dar resultado. Potencia a los individuos para que aporten por medio de la participación y colaboración, al mejoramiento constante de los bienes y servicios públicos.

El *open process*, un vehículo de la democracia deliberativa y abierta. Una parte sustancial del gobierno abierto es el *open process*, este mecanismo, transparente e involucra a los ciudadanos en la toma de decisiones gubernamentales. Muestra los procesos y motivos por los cuales la autoridad pública diseña y ejerce la política pública. Asimismo, permite la evaluación por parte de los ciudadanos. El *open process* es una de las formas de democracia deliberativa que vincula a los gobernantes con los gobernados.

Los medios sociales, el vehículo del *open process* y gobierno abierto. A partir del crecimiento de las sociedades, así como de la facilidad ofrecida por las tecnologías para interconectar individuos en un proceso de comunicación atemporal, los medios sociales, principalmente Facebook, para el caso mexicano; se muestra como una herramienta viable para que los gobernanutas puedan aumentar su legitimidad y la calidad del gobierno abierto.

Estímulos emocionales los punteros de interacción. Pese a las propuestas de Refinery29, para aumentar la interacción; el análisis de las piezas comunicativas de la muestra obtenida, evidencia una profunda fijación hacia los mensajes con elementos emotivos ajenos al *open process*. Dicho de otra forma, pese a la posibilidad formal de la plataforma de Facebook para generar vínculos de comunicación entre los gobernanutas y los cibernautas, éstos últimos prefieren los mensajes con cargas emotivas alejados completamente de la rendición de cuentas.

Participación sin cultura. Los detonantes de participación en Facebook, no son las acciones de *open process*. Sino aquellas que reflejan acciones de ocio o de la vida cotidiana o sentimental de los gobernanutas. Es decir, estas acciones podrían ser reflejo hipotéticamente de la cultura política subordinada o parroquial.

Si no es en el ciberespacio, ¿dónde? El uso de los medios de comunicación y los mensajes son reflejo del nivel de cultura de la población. Así entonces, un público con una cultura parroquial,

preferirá apartarse de las discusiones políticas y explotar exclusivamente el medio social con fines lúdicos. Siendo estas plataformas la vía más cómoda y racional para la comunicación, hipotéticamente, la falta de participación en otros espacios responde a la falta de interés de la población.

BIBLIOGRAFÍA

- Berlin, I. (1983). *Conceptos y categorías: Ensayos filosóficos* (F. G. Aramburo, Trans. 1 ed.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Bobbio, N. (2001). *El futuro de la democracia* (J. F. Santillán, Trans.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Bodei, R. (2004). *Imaginar otras vidas: realidades, proyectos y deseos*. España: Herder.
- Castells, M. (2013). *Comunicación y poder*. México: Siglo XXI.
- Colomer, J. (2009). *Ciencia de la Política*. España: Ariel.
- Crespo, I., Garrido, A., & Carletta, I. (2000). *Manual de comunicación política y estrategias de campaña: candidatos, medios y electores en una nueva era*. España: Editorial Biblos.
- Dahl, R. (2009). *La Poliarquía: participación y oposición*. Madrid: Tecnos.
- Damasio, A. (1996). *El error de Descartes* (P. Jacomet, Trans. 2 ed.). Chile: Andrés Bello.
- Damasio, A. (2000). *Sentir lo que sucede. Cuerpo y emoción en la fábrica de la consciencia* (P. Jacomet, Trans.). Santiago de Chile: Andrés Bello.
- Downs, A. (2001). Teoría económica de la democracia (L. A. M. Merino, Trans.). In A. Battle (Ed.), *Diez textos básicos de Ciencia Política*. Madrid: Ariel.
- Ehrlich, T. (2000). *Civic Responsibility and Higher Education*. USA: Rowman & Littlefield Publishers.
- Ferdig, R. E., & Trammell, K. D. (2004). Content delivery in the 'Blogosphere'. *THE Journal (Technological Horizons In Education)*, 31(7), 12.
- Habermas, J. (2011). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. México: Gustavo Gili.
- Heifetz, R. A., & Linsky, M. (2003). *Liderazgo sin límites: manual de supervivencia para managers*. España: Paidós.
- Held, D. (2007). *Modelos de Democracia* (M. H. Díaz, Trans. 3 ed.). Madrid: Alianza.
- Herreros, M. C. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 345-361.

- Internet, A. M. d. (2016). 12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México. Retrieved 16/8/2016, from AMIPCI https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf
- Linz, J. (2009). *Obras escogidas. Democracias: quiebras, transiciones y retos* (Vol. 4). Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Maarek, P. J. (2009). *Marketing político y comunicación: claves para una buena información política*. España: Paidós.
- Maqueira, J., & Bruque, S. (2012). *Marketing 2.0*. (1 ed.). Madrid: Alfaomega Ra-Ma , 13.
- Monzón, C. (2006). *Opinión Pública, Comunicación y Política* (2 ed.). Madrid: Tecnos.
- Morlino, L. (2005). *Democracia y democratizaciones*. México: Centro de Estudios de Política Comparada.
- Mucchielli, A. (1998). *Psicología de la comunicación*. España: Paidós.
- Mundial, B. (2015). Informe sobre el Desarrollo Mundial/TIC de las Telecomunicaciones y estimaciones del Banco Mundial. from Banco Mundial <http://datos.bancomundial.org/>
- Muñiz, C., Dader, J. L., Téllez, N. M., & Salazar, A. (2016). ¿Están los políticos políticamente comprometidos?: Análisis del compromiso político 2.0 desarrollado por los candidatos a través de Facebook. *Cuadernos.info*, 135-150.
- O'Donnell, G. (2013). Democracia, Desenvolvimento Humano e Direitos Humanos. *Revista Debates*, 7(1), 15.
- OCDE. (2010). Building an open and innovative government for better policies and service delivery. Retrieved from <http://www.oecd.org/gov/46560128.pdf>
- Paz, E. C. (2013). Gobierno abierto y democracia participativa. *3c Empresa: investigación y pensamiento crítico*, 2(4), 1.
- Pérez, C. (1992). Cambio técnico, restructuración competitiva y reforma institucional en los países en desarrollo. *El trimestre económico*, 59(233 (1), 23-64.
- Pérez-Liñán, A. (2010). El método comparativo y el análisis de configuraciones causales. *Latin American Review of Comparative Politics/Revista Latinoamericana de Política Comparada*, 3, 125-148.
- Przeworski, A. (2010). *Qué esperar de la democracia: límites y posibilidades del autogobierno* (S. Mastrangelo, Trans.). Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

- Ramírez-Alujas, Á. (2014). Gobierno abierto. *EUNOMÍA. Revista en Cultura de la Legalidad*, 201-216.
- Ritchey, F. (2008). *Estadística para las Ciencias Sociales* (2 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Sartori, G. (2006). *Homo Videns. La Sociedad Teledirigida*. México: Punto de Lectura.
- Sartori, G. (2007). *¿Qué cosa es la democracia?* México: Taurus.
- Serrano, F., Tovar, J., & Moreira, C. (2015). Evolución de la percepción sobre los valores cívicos de los ciudadanos mexicanos durante el siglo XXI. In E. Morales (Ed.), *Temas de Historia y Discontinuidad Sociocultural en México*. México: Library Outsourcing.
- Toledano, R. (2003). Arcana imperii. El País. Recuperado de http://elpais.com/diario/2003/02/14/madrid/1045225456_850215.html
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación* (J. Colobrans, Trans. 2 ed.). España: Paidós.
- Túñez, M., & Sixto, J. (2011). Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. *de Comunicación Social/08*, 85.
- Valenti, P., Lopez-Ghio, R., Riorda, M., & Straface, F. (2015). *El gobernante latinoamericano*. Washington: Inter-American Development Bank.
- Bobbio, N. 1989. *Liberalismo y democracia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bobbio, N. 2001. *El futuro de la democracia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bodei, R. 2014. *Imaginar otras vidas: realidades, proyectos y deseos*. Herder Editorial.
- Dahl, R. 2009. *La Poliarquía. Participación y oposición*. 3 ed. Madrid: Tecnos.
- Heifetz, R.A. & Linsky, M. 2003. *Liderazgo sin límites: manual de supervivencia para managers*. España: Paidós.
- Michels, R. 1969. *Los partidos políticos: un estudio sociológico de las tendencias oligárquicas de la democracia moderna*. España: Amorrortu.
- Monzón, C. 2006. *Opinión Pública, Comunicación y Política*. 2 ed. Madrid: Tecnos.
- Moore, M.H. 1995. *Creating public value: Strategic management in government*. Boston: Harvard university press.
- North, D. 1993. *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- O'Donnell, G. 2013. Democracia, Desenvolvimento Humano e Direitos Humanos. *Revista Debates*, 7(1):15.
- Pérez-Liñán, A. 2010. El método comparativo y el análisis de configuraciones causales. *Latin American Review of Comparative Politics/Revista Latinoamericana de Política Comparada*, 3:125-148.
- Ritchey, F. 2008. *Estadística para las Ciencias Sociales*. 2 ed. México: Mc Graw Hill.
- Sartori, G. 2007. *¿Qué cosa es la democracia?* México: Taurus.